

**PENGARUH LINGKUNGAN KELUARGA, MOTIVASI, *SELF-EFFICACY* DAN  
PENGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP MINAT  
BERWIRAUSAHA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

**Yuke Dea Ayu Saputri<sup>1)</sup>, Indah Kurniawati<sup>2)</sup>**

<sup>1,2</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Ahmad Dahlan

<sup>1</sup> email: yuke2100012012@webmail.uad.ac.id

<sup>2</sup> email: indah.kurniawati@act.uad.ac.id

***Abstract***

*This Study aims to determine the influence of family environment, motivation, self-efficacy, and the use of Instagram social media on the entrepreneurial interest of student. This research employs a quantitative method with primary data obtained from the distribution of 100 questionnaires using purposive sampling. The collected data were analyzed using multiple linear regression analysis. The result of the study found that self-efficacy does not have a significant positive effect on student entrepreneurial interest, meaning that the presence of confidence does not necessarily encourage interest in entrepreneurship. In contrast, the family environment, motivation, and the use of Instagram social media have a significant positive effect on entrepreneurial interest.*

**Keywords:** *Entrepreneurial Interest, Family Environment Background, Motivation, Self-Efficacy, and the use of Instagram Social Media.*

**PENDAHULUAN**

Seiring bertambah pesatnya jumlah penduduk yang ada di Indonesia mengakibatkan munculnya beberapa permasalahan seperti permasalahan sosial yaitu pengangguran. Sering terlihat banyak orang yang berebut mencari kerja daripada orang yang bekerja, hal ini mengakibatkan pengangguran berjumlah semakin besar.

Terdapat beberapa cara untuk mengatasi pengangguran yang ada di Indonesia salah satunya yaitu dengan berwirausaha. Berwirausaha ini dapat mengurangi pengangguran dengan cara menciptakan lapangan pekerjaan sendiri. Dibanding dengan bekerja sebagai karyawan atau staff, penciptaan lapangan pekerjaan sendiri ini mampu menghasilkan omset yang lebih besar. Tidak hanya menghasilkan omset yang besar, tetapi penciptaan lapangan pekerjaan ini juga dapat menarik para tenaga kerja yang belum memiliki pekerjaan sehingga akan mengurangi jumlah pengangguran.

**KERANGKA TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

**Teori of Planned Behavior**

*Theory of Reasoned Action* atau teori tindakan berbasalasan, yang pertama kali dibuat oleh Fishbein dan Ajzen pada tahun 1975, dilanjutkan menjadi *Theory of Planned Behavior* (Teori Perilaku Terencana) pada tahun 1991 (Maullah & Rofiuddin, 2021).

Ada tiga hal yang dijelaskan dalam *Planned Behavior Theory* yang mendorong perilaku seorang individu yaitu: sikap perilaku, norma subjektif, dan persepsi control perilaku (Andriana, 2020). Dasar dari seseorang dalam melakukan suatu tindakan dengan berbagai pertimbangan

adalah sikap. Norma subjektif merupakan pemikiran seseorang mengenai tekanan sosial yang dirasakan dari orang sekitarnya untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku tertentu. Persepsi control merupakan keyakinan seseorang tentang seberapa besar kemampuan mereka untuk mengendalikan suatu perilaku.

### **Minat Berwirausaha**

Menurut Slameto (2003), minat adalah rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktifitas tanpa ada yang menyuruh. Berwirausaha adalah upaya seseorang untuk menciptakan lapangan kerja sendiri baik dengan membuka bisnis baru atau dengan membuat sesuatu yang baru guna meningkatkan ekonomi mereka sendiri dan orang lain (Sintya, 2019). Dari pengertian tersebut, dapat kita asumsikan bahwa mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah mendapatkan mata kuliah kewirausahaan dan praktik bisnis sudah memiliki pola berpikir mengenai pengembangan ide-ide inovatif mereka. Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis memanfaatkan keterampilan mereka yang diperoleh di bangku perkuliahan seperti berjualan dan memasarkan produk mereka. Dengan begitu, minat mahasiswa dalam berwirausaha dapat terbentuk sebelum lulus maupun sesudah lulus kuliah.

### **Lingkungan Keluarga**

Conny Semiawan (2010), menyatakan bahwa lingkungan keluarga adalah media utama dan paling penting yang sangat memengaruhi perilaku perkembangan anak. Lingkungan keluarga juga dapat diartikan sebagai unit sosial terkecil yang pertama kali dan juga yang paling berpengaruh terhadap perkembangan individu. Dalam lingkungan keluarga terdiri dari ayah, ibu, kakak atau adik. Lingkungan keluarga juga berfungsi sebagai Lembaga Pendidikan pertama kali bagi seorang anak. Di dalam lingkungan keluarga orang tua akan mengajarkan tentang sikap, perilaku anak, dan juga nilai-nilai. Selain sebagai Lembaga Pendidikan, lingkungan keluarga juga merupakan sistem pendukung emosional dan sosial bagi keluarganya.

Menurut Siregar & Lubis (2022) menjelaskan bahwa lingkungan keluarga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Berdasarkan penjelasan tersebut dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

*Hipotesis 1 : Lingkungan Keluarga Berpengaruh Positif Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis*

### **Motivasi**

Motivasi, menurut Siregar (2020), merupakan sebuah dorongan yang muncul dari dalam diri seseorang. Motivasi juga dapat diartikan sebagai seseorang yang memberikan dukungan kepada diri sendiri dan menghasilkan tujuan yang ingin di capai oleh seseorang tersebut. Untuk menghindari bergantung pada orang lain, motivasi dapat mendorong seseorang untuk bertindak dengan cara yang positif ketika seseorang melihat kesempatan untuk mendapatkan keuntungan besar bagi dirinya sendiri (Wardani & Dewi, 2021). Penelitian yang dilakukan oleh Tumanggor et al. (2023) menjelaskan bahwa motivasi memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Berdasarkan dari penjelasan tersebut dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

*Hipotesis 2 : Motivasi Berpengaruh Positif Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis*

### **Self-Efficacy**

*Self-efficacy* adalah suatu bentuk rasa keyakinan dalam kemampuan diri untuk mencapai tujuan tertentu (Ferdiansyah et al., 2020). *Self-efficacy* juga bisa disebut sebagai keyakinan atau

kepercayaan mengenai kekuatan yang ada pada diri seseorang tersebut. Menurut Woolfolk (2004), menjelaskan bahwa *self-efficacy* adalah sebagai kepercayaan individu terhadap kemampuannya dalam menghadapi situasi tertentu. Ada hubungan anatar *self-efficacy* dengan perilaku yang dipilih seseorang dan dorongan mereka untuk tetap teguh dalam mengatasi masalah (Ketaren & Wijayanto, 2021).

Menurut Ketaren & Wijayanto (2021) menjelaskan bahwa *self-efficacy* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat berwirausaha terhadap mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis UKSW. Berdasarkan dari penjelasan tersebut dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

*Hipotesis 3 : Self-Efficacy Berpengaruh Positif Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis*

### **Penggunaan Media Sosial Instagram**

Menurut B.K. Lewis (2010), media sosial adalah teknologi digital yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi, berhubungan, memproduksi, dan berbagi pesan. Instagram adalah sebuah media sosial yang memungkinkan pengguna untuk berbagi informasi, foto, video atau bahkan membagikan kegiatannya dan aktivitas nya. Media sosial Instagram merupakan teknologi yang tidak bisa terlepas dari kehidupan sehari-hari khususnya untuk kalangan anak muda.

Menurut Mahdiyyah & Subroto (2022) menjelaskan bahwa Penggunaan Media Sosial Instagram memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat berwirausaha. Berdasarkan dari penjelasan tersebut dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

*Hipotesis 4 : Penggunaan Media Sosial Instagram Berpengaruh Positif Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis*

## **METODE PENELITIAN**

### **Populasi dan Sampel**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian diambil kesimpulan (Sugiyono, 2019). Populasi merupakan keseluruhan objek maupun subjek yang akan diteliti. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Menurut Sugiyono (2019) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel juga dapat diartikan bagian yang ada dari populasi dan digunakan untuk menjawab hasil dari sebuah penelitian. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Kriteria pengambilan sampel di dalam penelitian ini, antara lain :

- a. Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta
- b. Mahasiswa yang telah mengikuti mata kuliah kewirausahaan

### **Uji Instrumen**

### **Uji Validitas**

Uji validitas merupakan suatu alat uji yang digunakan untuk mengukur valid atau tidak nya dalam suatu kuesioner. Validitas dalam penelitian menyatakan derajat ketepatan alat ukur penelitian terhadap isi sebenarnya yang diukur (Sanaky, 2021). Tingkat signifikan dalam uji validitas adalah 0,05 (5%), validitas dalam instrument dapat diketahui jika  $r$  hitung  $>$  dari  $r$  tabel.

## Uji Reliabilitas

Uji realibilitas merupakan suatu alat uji yang digunakan untuk mengukur Tingkat konsistensi dalam suatu penelitian yang menggunakan kuesioner. Reliabilitas dalam instrument penelitian dapat di uji dengan menggunakan alat uji statistik yaitu *cronbach alpha*. Menurut Ghozali (2018), menunjukkan bahwa cronebach alpha dapat diterima jika  $> 0,6$ .

## Uji Asumsi Klasik

### Uji Normalitas

Uji normalitas addalah uji untuk memahami apakah variabel dependen dan variabel independent berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dapat dilihat dengan menggunakan alat uji statistik Kolmogorov-Smirnov. Hasil uji dari Kolmogorv-Smirnov adalah jika  $\text{sig} > 0,05$  maka dapat diartikan jika data tersebut berdistribusi normal, sebaliknya jika  $\text{sig} < 0,05$  maka dapat diartikan bahwa data tersebut berdistribusi tidak normal.

### Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui apakah model regresi dapat menemukan hubungan antar variabel independent. Jika variabel independent saling berhubungan atau berkolerasi, maka variabel tersebut tidak ortogonal. Variabel independen dengan nilai korelasi nol disebut variabel ortogonal. Uji multikolinieritas dapat dilihat dari nilai toleransi dan nilai VIF. Jika nilai VIF  $> 10$ , maka model regresi dapat dikatakan tidak multikolinieritas.

### Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan guna menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain (Ghozali, 2018). Uji heteroskedastisitas dapat diukur menggunakan uji Glejser. Uji Glejser merupakan cara untuk membuktikan varians yang tidak seragam, jika hasil dari nilai signifikannya  $> 0,05$  maka dapat dikatakan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

## Uji Hipotesis

### Regresi Linear Berganda

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda. Regresi Linear Berganda merupakan sebuah instrumen untuk analisis peramalan pengaruh antara dua variabel bebas atau lebih terhadap satu variabel terikat untuk dibuktikan mengenai ada atau tidak nya hubungan fungsional antara dua variabel bebas terhadap satu variabel terikat. Penelitian ini juga menggunakan alat bantu uji yaitu SPSS untuk mengolah data. Model analisis regresi linier berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = a + B1 X1 + B2 X2 + B3 X3 + B4 X4 + e$$

Keterangan :

Y = Minat Berwirausaha Mahasiswa

B1-B4 = Koefisien regresi berganda

X1 = Lingkungan Keluarga

X2 = Motivasi

X3 = *Self-Efficacy*

X4 = Penggunaan Media Sosial Instagram

a = Konstanta regresi

e = Standart error

**HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

**Hasil Uji Validitas**

Adapun hasil pengolahan data untuk menguji validitasnya, dapat dilihat pada Tabel

**Tabel 1. Hasil Uji Validitas Lingkungan Keluarga**

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	13.0500	8.917	.487	.592
X1.2	14.4200	9.276	.442	.614
X1.3	13.0300	9.848	.414	.627
X1.4	13.3800	9.086	.420	.624
X1.5	14.2000	9.596	.368	.647

**Tabel 2. Hasil Uji Validitas Motivasi**

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	15.5600	6.411	.511	.497
X2.2	16.0400	7.069	.431	.544
X2.3	15.5300	6.797	.317	.593
X2.4	16.0400	6.544	.345	.579
X2.5	15.5900	6.588	.303	.605

**Tabel 3. Hasil Uji Validitas *Self-Efficacy***

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	13.7400	7.144	.240	.617
X3.2	13.8400	6.863	.302	.594
X3.3	13.9800	6.262	.458	.530
X3.4	14.9300	5.136	.409	.546
X3.5	15.3100	4.661	.490	.492

**Tabel 4. Hasil Uji Validitas Penggunaan Media Sosial Instagram**

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X4.1	12.7100	7.663	.483	.623
X4.2	12.5500	8.351	.442	.646
X4.3	14.0800	7.387	.390	.661
X4.4	13.6400	7.041	.484	.618
X4.5	14.0600	6.441	.460	.636

**Tabel 5. Hasil Uji Validitas Minat Berwirausaha**

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1.1	16.5200	6.858	.464	.604
Y1.2	16.2000	7.838	.378	.641
Y1.3	15.8600	7.152	.396	.637
Y1.4	15.8300	8.405	.431	.630
Y1.5	16.3500	6.654	.494	.588

Berdasarkan dari Tabel 1 hingga Tabel 5 diatas, dapat disimpulkan bahwa nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  table 0,1966 sehingga dari seluruh item pertanyaan variabel dikategorikan valid.

**Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha	Standar	Keterangan
Lingkungan Keluarga	0,672	0,60	Reliabel
Motivasi	0,618	0,60	Reliabel
Self-Efficacy	0,616	0,60	Reliabel
Penggunaan Media Sosial Instagram	0,687	0,60	Reliabel
Minat Berwirausaha	0,672	0,60	Reliabel
Sumber Data Diolah,2025			

Berdasarkan tabel diatas, dapat dinyatakan bahwa 25 pertanyaan yang diajukan dalam penelitian ini memiliki nilai *Cronbach's alpha* yang cukup besar yaitu lebih dari 0,60. Dapat ditarik kesimpulan bahwa seluruh item pertanyaan dalam peneltian ini dinyatakan reliabel.

### Analisis Regresi Berganda

**Tabel 7. Hasil Uji Regresi Berganda**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17.990	2.335		7.704	.000
	X1	.329	.140	.272	2.357	.020
	X2	.335	.095	.317	3.526	.001
	X3	-.969	.150	-.880	-6.438	.000
	X4	.436	.127	.437	3.431	.001

a. Dependent Variable: Y1

Berdasarkan Tabel 7 diatas, maka dapat disimpulkan hasil koefisien regresi dengan interpretasi sebagai berikut:

$$Y = 17.990 + 0.329 X1 + 0.335 X2 + 0.436 X4 + e$$

- a. Nilai konstanta (a) = 17.990 dapat dikatakan bahwa jika seluruh variabel bebas yang meliputi lingkungan keluarga, motivasi, self-efficacy dan penggunaan media sosial Instagram, maka tingkat Minat Berwirausaha mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis di Daerah Istimewa Yogyakarta adalah sebesar 17.990.
- b. Nilai koefisien regresi 0.329 (X1) pada variabel lingkungan keluarga memiliki nilai koefisien yang bertanda positif. Dengan demikian, menunjukkan bahwa apabila setiap peningkatan lingkungan keluarga akan menyebabkan peningkatan minat berwirausaha mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis di Daerah Istimewa Yogyakarta dengan nilai 0.329 dengan asumsi variabel bebas lainnya tetap.
- c. Nilai koefisien regresi 0.335 (X2) pada variabel motivasi memiliki nilai koefisien yang bertanda positif. Dengan demikian, menunjukkan bahwa apabila setiap peningkatan motivasi akan menyebabkan peningkatan minat berwirausaha mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis di Daerah Istimewa Yogyakarta dengan nilai 0.335 dengan asumsi variabel bebas lainnya tetap.
- d. Nilai koefisien regresi -0.969 (X3) pada variabel *self-efficacy* memiliki nilai koefisien yang bertanda negatif. Dengan demikian, menunjukkan bahwa setiap peningkatan *self-efficacy* akan menyebabkan penurunan minat berwirausaha mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis di Daerah Istimewa Yogyakarta dengan nilai -0.969 dengan asumsi variabel bebas lainnya tetap.
- e. Nilai koefisien regresi 0.436 (X4) pada variabel penggunaan media sosial Instagram memiliki nilai koefisien yang bertanda positif. Dengan demikian, menunjukkan bahwa setiap peningkatan penggunaan media sosial Instagram akan menyebabkan peningkatan minat berwirausaha mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis di Daerah Istimewa Yogyakarta dengan nilai 0.436 dengan asumsi variabel bebas lainnya tetap.

### Uji Parsial (uji t)

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2013). Apabila nilai signifikasi  $\alpha < 0.05$  maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak, hal ini berarti bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen dan variabel dependen. Berdasarkan pada Tabel 7. pada kolom t dan sig tersaji bahwa seluruh variable independent yang mempunyai nilai dibawah 0.05 atau dapat dikatakan bahwa variable independent tersebut mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap variable minat berwirausaha, tetapi pada kolom t terdapat satu (1) variable yang memiliki nilai negatif yang dapat dikatakan variable independent tersebut mempunyai pengaruh negative signifikan terhadap variable minat berwirausaha.

Berikut adalah variable independent yang mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap variable minat berwirausaha yaitu lingkungan keluarga dengan nilai t 2.357 dan sig 0.020, motivasi dengan nilai t 3.526 dan sig 0.001, dan penggunaan media social Instagram dengan nilai t 3.431 dan sig 0.001. Adapun variable yang tidak berpengaruh positif signifikan yaitu *self-efficacy* dengan nilai t -6.438 dan nilai sig 0.000.

### Uji Simultan (uji F)

Uji F adalah uji yang digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen dalam model berdampak secara bersama-sama pada variabel dependen (Ghozali, 2013).

**Tabel 8. Hasil Uji F**

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	366.890	4	91.723	12.656	.000 <sup>b</sup>
	Residual	688.500	95	7.247		
	Total	1055.390	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X4, X2, X1, X3

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa lingkungan keluarga, motivasi, *self-efficacy* dan penggunaan media sosial Instagram secara bersama-sama berepengaruh terhadap minat berwirausaha karena nilai f hitung 12.656 > 2.699 f tabel atau nilai signifikasi yang dihasilkan 0.000 < 0.05.

### Uji Koefisien Determinasi

Uji Koefisien Determinasi atau R<sup>2</sup> merupakan uji yang digunakan untuk menjelaskan tentang seberapa besar pengaruh dari variabel independen (X1), (X2), (X3), dan (X4) terhadap variabel dependen (Y) yang merupakan sebuah hasil pangkat dua dari koefisien korelasi dan dinyatakan dalam bentuk persentase (%).

**Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.590 <sup>a</sup>	.348	.320	2.69209

a. Predictors: (Constant), X4, X2, X1, X3

b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa nilai *Adjusted R Square* menunjukkan nilai pada angkat 0.320. Dengan demikian, dapat diambil kesimpulan bahwa 32% Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Daerah Istimewa Yogyakarta dipengaruhi oleh variabel independen diatas dan sisanya 68% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

## PEMBAHASAN

### **Pengaruh Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Daerah Istimewa Yogyakarta**

Dari hasil uji t didapatkan t hitung variabel lingkungan keluarga sebesar 2.357 dan t tabel sebesar 1.984 sehingga t hitung > t tabel dan nilai signifikansi  $0.020 < 0.05$ . Hal ini dapat diartikan bahwa variabel lingkungan keluarga (X1) berpengaruh positif signifikan terhadap variabel minat berwirausaha (Y). Selanjutnya, pada hasil uji menunjukkan 0.329 ke arah positif, yang artinya jika variabel lingkungan keluarga mengalami peningkatan maka minat berwirausaha akan meningkat sebesar 32,9%. Arah dari koefisien regresi positif menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha. Hal ini mengidentifikasi bahwa Lingkungan Keluarga mampu mempengaruhi minat berwirausaha fakultas ekonomi dan bisnis di Daerah Istimewa Yogyakarta. Hal ini sejalan dengan penelitian Siregar & Lubis (2022) yang menjelaskan bahwa lingkungan keluarga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha.

### **Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Daerah Istimewa Yogyakarta**

Dari hasil uji t didapatkan t hitung variabel motivasi sebesar 3.526 dan t tabel sebesar 1.984 sehingga t hitung > t tabel dan nilai signifikansi  $0.001 < 0.05$ . Hal ini dapat diartikan bahwa variabel motivasi (X2) berpengaruh positif signifikan terhadap variabel minat berwirausaha (Y). Selanjutnya, pada hasil uji menunjukkan 0.335 ke arah positif, yang artinya jika variabel motivasi mengalami peningkatan maka minat berwirausaha akan meningkat sebesar 33,5%. Arah dari koefisien regresi positif menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel motivasi terhadap minat berwirausaha. Hal ini mengidentifikasi bahwa Motivasi mampu mempengaruhi minat berwirausaha mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis di Daerah Istimewa Yogyakarta. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Tumanggor et al. (2023) menjelaskan bahwa motivasi memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat berwirausaha.

### **Pengaruh *Self-Efficacy* Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Daerah Istimewa Yogyakarta**

Dari hasil uji t didapatkan t hitung variabel *self-efficacy* sebesar  $-6.438 < 1.984$  t tabel dan nilai signifikansi  $0.000 < 0.05$ . Hal ini dapat diartikan bahwa variabel *self-efficacy* (X3) berpengaruh negatif signifikan terhadap variabel minat berwirausaha (Y). Selanjutnya, pada hasil uji menunjukkan -0.969 ke arah negatif, yang artinya apabila *self-efficacy* mengalami peningkatan maka minat berwirausaha mengalami penurunan sebesar -96,9%. Arah dari koefisien regresi negatif, hal ini bertolak belakang dengan penelitian yang diajukan dalam penelitian ini yang diteliti oleh Ketaren & Wijayanto (2021) yang menjelaskan bahwa *self-efficacy* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat berwirausaha, sehingga hipotesis ditolak. Hal ini mengidentifikasi bahwa *Self-Efficacy* bukanlah salah satu aspek yang mampu mempengaruhi minat berwirausaha mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis di Daerah Istimewa Yogyakarta.

### **Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Daerah Istimewa Yogyakarta**

Dari hasil uji t didapatkan t hitung variabel Penggunaan Media Sosial Instagram sebesar 3.431 dan t tabel sebesar 1.984 sehingga t hitung > t tabel dan nilai signifikansi  $0.001 < 0.05$ . Hal ini dapat diartikan bahwa variabel Penggunaan Media Sosial Instagram (X4) berpengaruh positif signifikan terhadap variabel minat berwirausaha (Y). Selanjutnya, pada hasil uji menunjukkan 0.436 ke arah positif, yang artinya jika variabel motivasi mengalami peningkatan maka minat berwirausaha akan meningkat sebesar 43,6%. Arah dari koefisien regresi positif menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel Penggunaan Media Sosial Instagram

terhadap minat berwirausaha. Hal ini mengidentifikasi bahwa Penggunaan Media Sosial Instagram mampu mempengaruhi minat berwirausaha mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis di Daerah Istimewa Yogyakarta. Hal ini sejalan dengan penelitian Mahdiyyah & Subroto (2022) yang menjelaskan bahwa Penggunaan Media Sosial Instagram memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat berwirausaha.

#### KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan pada empat hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hipotesis pertama (H1) diterima yaitu Lingkungan Keluarga Berpengaruh Positif Signifikan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Daerah Istimewa Yogyakarta.
2. Hipotesis kedua (H2) diterima yaitu Motivasi Berpengaruh Positif Signifikan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Daerah Istimewa Yogyakarta.
3. Hipotesis ketiga (H3) ditolak.
4. Hipotesis keempat (H4) diterima yaitu Penggunaan Media Sosial Instagram Berpengaruh Positif Signifikan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Daerah Istimewa Yogyakarta.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Anand, F., & Meftahudin, M. (2020). Pengaruh Lingkungan Keluarga, Pendidikan Kewirausahaan, Efikasi Diri Dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, 2(1), 88–97. <https://doi.org/10.32500/jebe.v2i1.1461>
- Andriana, N. (2020). Kepatuhan Bendahara Desa Dalam Memenuhi Kewajiban Perpajakan Dalam Prespektif Teori Planned Behavior. *JURNAL PAJAK INDONESIA (Indonesian Tax Review)*, 3(2), 20–28. <https://doi.org/10.31092/jpi.v3i2.737>
- Budi gautama Siregar, & Aswadi Lubis. (2022). Pengaruh Ekspektasi Pendapatan, Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Penelitian Ekonomi Akuntansi (JENSI)*, 6(2), 78–91. <https://doi.org/10.33059/jensi.v6i2.6079>
- Chandra, M. P., Lubis, M. A., Studi, P., & Jambi, U. (2023). 1, 2, 3. 6(2), 109–119.
- Ekonomi, F., & Kudus, U. M. (2014). *arikristanto,+Journal+manager,+Artikel+7. XVII(1)*, 135–154.
- Fairuz Mahdiyyah, K., & Tjipto Subroto, W. (2022). Pengaruh Pemanfaatan Sosial Media dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(2), 175–188. <https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i2.189>
- Ferdiansyah, A., Rohaeti, E. E., & Suherman, M. M. (2020). Gambaran Self Efficacy Siswa Terhadap Pembelajaran. *FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling Dalam Pendidikan)*, 3(1), 16. <https://doi.org/10.22460/fokus.v3i1.4214>
- Julindrastuti, D., & Karyadi, I. (2022). Pengaruh Motivasi Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Tadbir Peradaban*, 2(1), 7–20. <https://doi.org/10.55182/jtp.v2i1.98>

- Ketaren, B. A., & Wijayanto, P. (2021). Pengaruh Kemandirian Dan Self Efficacy Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Feb Uksw. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 4(March), 763–773. <https://doi.org/10.26740/jepk.v9n1.p67-78>
- Maullah, S., & Rofiuddin, M. (2021). Mengukur minat berwirausaha dengan menggunakan pendekatan theory of planned behavior dan religiusitas. *Journal of Management and Digital Business*, 1(2), 105–121. <https://doi.org/10.53088/jmdb.v1i2.49>
- NAIBORHU, I. K., & Susanti, S. (2021). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Marketplace, Kecerdasan Adversitas Terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Akuntansi Unesa Melalui Efikasi Diri. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 9(2), 107–124. <https://doi.org/10.26740/jepk.v9n2.p107-124>
- Priyani Ani, Maryam siti, B. (2020). Edunomika – Vol. 04, No. 02, Tahun 2020. *Edunomika*, 04(02), 357–368.
- Putri, I., Dendi, Syukerti, N., Mulyadi, A. I., & Maulana, I. (2022). Media Sosial Sebagai Media Pergeseran Interaksi Sosial Remaja. *Jurnal Ilmu Komunikasi Balayudha*, 2(2), 1–10. <https://jurnal.uss.ac.id/index.php/jikoba/article/view/422>
- Rida Ayu Pratiwi, & Syaiful Syaiful. (2024). Pengaruh Independensi, Kompetensi Dan Tekanan Waktu Terhadap Kualitas Audit. *Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(2), 34–44. <https://doi.org/10.58192/profit.v3i2.1978>
- Romer, E. (2020). Pengaruh Harga Transfer dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Penghindaran Pajak. *Akuntansi*, 2(1), 15–22. <https://www.statistikian.com/2013/01/uji-f-dan-uji-t.html>
- Sa'adah, L., & Mahmud, A. (2019). Pengaruh Penggunaan Instagram Dan Efikasi Diri Melalui Motivasi Berwirausaha Terhadap Intensi Berwirausaha. *Economic Education Analysis Journal*, 8(1), 18–32.
- Salamzadeh, Y., Sangosanya, T. A., Salamzadeh, A., & Braga, V. (2022). Entrepreneurial universities and social capital: The moderating role of entrepreneurial intention in the Malaysian context. *International Journal of Management Education*, 20(1), 470–484. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2022.100609>
- Salmah, E., Fadliyanti, L., & Sriningsih, S. (2021). Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial Instagram Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Mataram. *Elastisitas - Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 3(2), 137–147. <https://doi.org/10.29303/ejep.v3i2.44>
- Sanaky, M. M. (2021). Analisis Faktor-Faktor Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama Man 1 Tulehu Maluku Tengah. *Jurnal Simetrik*, 11(1), 432–439. <https://doi.org/10.31959/js.v11i1.615>
- Septiani, S. (2022). Analisis Hubungan Self-Efficacy Terhadap Kemampuan Pemecahan Masalah Matematika. *Jurnal Cendekia: Jurnal Pendidikan Matematika*, 6(3), 3078–3086. <https://doi.org/10.31004/cendekia.v6i3.1423>
- Sintya, N. M. (2019). Pkspektasi Pendapatan, Lingkungan Keluarga, Dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Jurusan Akuntansi Di Universitas Mahasaraswati Denpasar pengaruh Motivasi, Efikasi Diri, E. *Jurnal Sains, Akuntansi Dan Manajemen*, 1(1), 337–380.
- Siregar, L. Y. S. (2020). Motivasi Sebagai Pengubahan Perilaku. *Forum Paedagogik*, 11(2), 81–

97. <https://doi.org/10.24952/paedagogik.v12i2.3156>

Soraya, I. (2015). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Jakarta dalam Mengakses Portal Media Jakarta Smart City. *Jurnal Komunikasi*, 6(1), 10–23.

Sumerta, I. K., Redianingsih, N. K., Pranawa, I. M. B., & Indahyani, D. N. T. (2020). PENGARUH TINGKAT PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DAN MOTIVASI TERHADAP MINAT BERWIRUSAHA PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI MANAJEMAN PERGURUAN TINGGI DI KOTA DENPASAR PENDAHULUAN Di era digitalisasi saat ini mungkin apa pun bisa dikaitkan dengan internet . Konsumen j. *Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 7, 627–652.

Suprayogi, M. N. (2010). Hubungan Persepsi Siswa Mengenai Iklim Kelas dengan Orientasi Tujuan Siswa dengan Mengontrol Self-Efficacy (Penelitian pada Siswa SMP Madania Bogor). *Humaniora*, 1(2), 263. <https://doi.org/10.21512/humaniora.v1i2.2868>

Suwarsa, T. (2021). Pengaruh Pajak Restoran Dan Pajak Hotel Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Padangsidempuan Periode 2018-2020. *Jurnal Akuntansi*, 51(1), 1–15.

Syahputri, A. Z., Fallenia, F. Della, & Syafitri, R. (2023). Kerangka berfikir penelitian kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran*, 2(1), 160–166.

Tumanggor, D. R., Malau, A. R., & Damanik, H. M. (2023). Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa dikota Medan. *Journal of Economics and Business*, 4(2), 13–22. <https://doi.org/10.36655/jeb.v4i2.1090>

Wardani, N. T., & Dewi, R. M. (2021). Pengaruh Motivasi, Kreativitas, Inovasi dan Modal Usaha terhadap Minat Berwirausaha. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 9(1), 93. <https://doi.org/10.26905/jmdk.v9i1.5806>