



PENGARUH LITERASI EKONOMI, E-COMMERCE, EKSPEKTASI PENDAPATAN TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA PADA GENERASI Z DI JAKARTA

Isma Muflihina^{1*}, Karuniana Dianta Arfiando Sebayang², Dicky Iranto³

^{1,2,3}Universitas Negeri Jakarta

Email : ismamufli07@gmail.com¹, dianta.sebayang@unj.ac.id², dicky@unj.ac.id³

Abstract

This study aims to: (1) Knowing the significant effect of economic literacy on entrepreneurial interest in generation z in Jakarta (2) Knowing the effect of e-commerce on entrepreneurial interest in generation z in Jakarta (3) Knowing the effect of income expectations on entrepreneurial interest in generation z in Jakarta. This research is a descriptive quantitative research with a quantitative approach. The research instrument used a questionnaire. The data used is primary data obtained by distributing questionnaires online to 272 respondents with Random Sampling technique and data processing is done with SPSS 22 with multiple linear regression analysis techniques.

The results of this study indicate that simultaneously economic literacy, e-commerce, and income expectations affect entrepreneurial interest in generation z in Jakarta. Partially, economic literacy has a positive and significant effect on entrepreneurial interest in generation z in Jakarta. Partially e-commerce has a positive and significant effect on entrepreneurial interest in generation z in Jakarta. Partially, income expectations have a positive and significant effect on entrepreneurial interest in generation z in Jakarta. Based on the above research results that economic literacy, e-commerce, and income expectations have a major influence on entrepreneurial interest in generation z in Jakarta.

Keywords: *Economic Literacy, E-Commerce, Income Expectation, Entrepreneurial Interest*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) Mengetahui pengaruh signifikan literasi ekonomi terhadap minat berwirausaha pada generasi z di Jakarta (2) Mengetahui pengaruh e-commerce terhadap minat berwirausaha pada generasi z di Jakarta (3) Mengetahui pengaruh ekspektasi pendapatan terhadap minat berwirausaha pada generasi z di Jakarta. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Instrumen penelitian menggunakan kuesioner. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner secara online kepada 272 responden dengan teknik Random Sampling dan pengolahan data dilakukan dengan SPSS 22 dengan teknis analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan literasi ekonomi, e-commerce, dan ekspektasi pendapatan berpengaruh terhadap minat berwirausaha pada generasi z di Jakarta. Secara parsial literasi ekonomi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha pada generasi z di Jakarta. Secara parsial e-commerce berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha pada generasi z di Jakarta. Secara parsial ekspektasi pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha pada generasi z di Jakarta. Berdasarkan pada hasil penelitian di atas bahwa literasi ekonomi, e-commerce, dan ekspektasi pendapatan memberikan pengaruh yang besar terhadap minat berwirausaha pada generasi z di Jakarta.

Kata Kunci: Literasi Ekonomi, E-Commerce, Ekspektasi Pendapatan, Minat Berwirausaha

PENDAHULUAN

Literasi ekonomi menjadi pilihan yang wajib dimiliki oleh seorang generasi Z. Sebagai diri sendiri juga perlu memiliki tingkat literasi yang tinggi agar bisa menciptakan tujuan utama dalam berekonomi, yakni mendapatkan kesejahteraan. Sehingga seringkali mayoritas generasi Z kini, mencari sesuatu yang praktis agar dapat memenuhi kebutuhannya setiap hari. Hal ini diikuti dengan adanya berbagai penyediaan layanan yang membantu dalam memenuhi kebutuhannya (Widyanita, 2018).

Dipersiapkan dalam menghadapi risiko dan kemungkinan kegagalan dalam menjalankan usaha. Oleh karena itu, literasi ekonomi akan membuat generasi z mampu menyikapi peluang usaha yang ada di lingkungan sekitar, berani membuat rencana, dan semakin berniat membuat usaha (Wibowo et al., 2023).

Pengaruh internet akhir-akhir ini sedang ramai digunakan, terutama bagi para generasi Z dan khalayak umum lainnya, begitu juga dengan para pengusaha dalam melakukan pemasaran terhadap produknya agar mudah untuk dipasarkan dan di jual ke masyarakat. *E-Commerce* kini lewat sarana internet tidak hanya melalui *website* namun konsumen kini disuguhkan dengan berbagai aplikasi *e-commerce* yang dapat diinstal pada setiap *smartphone* masing-masing individu (N. Ahmad & Fasih, 2017). Namun ternyata perkembangan teknologi dan komunikasi belum dimanfaatkan secara maksimal oleh generasi z untuk berjualan online seperti yang ditunjukkan survei *e-Commerce* tahun 2022 oleh Badan Pusat Statistik (BPS) (Mulyana et al., 2024).

Berwirausaha berpeluang menghasilkan pendapatan yang lebih besar daripada menjadi karyawan. Berwirausaha akan menyerap tenaga kerja serta berkontribusi meningkatkan perekonomian melalui pajak yang dihasilkan. Saat ini masih banyak masyarakat beranggapan bahwa pendapatan yang dihasilkan dari wirausaha cenderung tidak pasti, padahal hasil dari berwirausaha tergantung kepada bagaimana usaha seseorang untuk menghasilkan pendapatan yang tinggi (D. Sari, 2017).

Berdasarkan uraian diatas, maka penting dilakukan penelitian dengan tujuan untuk mengetahui minat generasi z dalam berwirausaha. Hal tersebutlah yang menjadi latar belakang peneliti untuk meneliti adakah Pengaruh Literasi Ekonomi, *E-Commerce* dan Ekspektasi Pendapatan terhadap Minat Berwirausaha pada Generasi Z di Jakarta.

TINJAUAN PUSTAKA

Literasi Ekonomi

Literasi ekonomi merupakan alat yang berguna untuk merubah perilaku dari tidak cerdas menjadi cerdas. Seperti bagaimana memanfaatkan pendapatan untuk menabung, berinvestasi, proteksi dan memenuhi kebutuhan hidup. Literasi ekonomi adalah sebagai kemampuan individu untuk mengenali dan menggunakan konsep-konsep ekonomi dan cara berpikir ekonomi untuk memperbaiki dan mendapatkan kesejahteraan. Misalnya, mengetahui bahwa pada saat adanya inflasi uang akan menjadi tidak bernilai. Literasi ekonomi juga dapat membantu individu menjadi inventor, konsumen dan anggota tenaga kerja (Sina, 2012). Dalam melakukan konsumsi generasi Z harus berpikir secara rasional dalam bidang ekonomi. Selain itu, menurut (Burkhardt, 2003) Literasi ekonomi adalah kemampuan untuk mengidentifikasi masalah ekonomi, alternatif, biaya, dan manfaat, menganalisis insentif bekerja dalam situasi ekonomi, meneliti konsekuensi dari perubahan kondisi ekonomi dan kebijakan publik, mengumpulkan dan mengatur bukti ekonomi, dan menimbang biaya lawan manfaat. Sedangkan menurut (Jappeli, 2010) Literasi ekonomi penting untuk membuat keputusan tentang

bagaimana berinvestasi yang tepat, berapa banyak meminjam yang tepat di pasar uang, dan bagaimana memahami konsekuensi atas stabilitas keseluruhan ekonomi.

Dengan demikian, penulis dapat merangkum bahwa seseorang dikatakan “*literate*” dalam ekonomi apabila ia mampu untuk memahami prinsip-prinsip ekonomi, motif ekonomi, kebutuhan dan konsep konsumsi. Peneliti memakai indikator menurut (Juliana, 2014) yang menyederhanakan beberapa indikator literasi ekonomi, yaitu: pemahaman terhadap kebutuhan, pemahaman terhadap kelangkaan, pemahaman terhadap prinsip ekonomi, pemahaman terhadap motif ekonomi, pemahaman terhadap kegiatan konsumsi.

E-Commerce

E-Commerce adalah proses transaksi jual beli yang menggunakan alat elektronik seperti telepon dan internet. *E-Commerce* lebih dari sekedar membeli dan menjual produk secara online. *E-Commerce* meliputi seluruh proses dari pengembangan, pemasaran, penjualan, pengiriman, pelayanan, dan pembayaran para pelanggan, dengan dukungan dari jaringan para mitra bisnis diseluruh dunia. *E-Commerce* adalah penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik seperti internet atau televisi, *www*, atau jaringan komputer lainnya (Riswandi, 2019).

E-commerce merupakan kumpulan dinamis antara teknologi, aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan dan konsumen serta komunitas tertentu dimana pertukaran barang antara pengecer dan konsumen dari berbagai komoditi dalam skala luas dan suatu transaksi elektronik, dan dalam proses pengiriman barang dari pengecer menggunakan transportasi dari suatu wilayah ke wilayah lain hingga sampai ke tangan konsumen dan hubungan yang terjadi adalah hubungan yang saling menguntungkan kedua belah pihak. *E-commerce* atau *electronic commerce* merupakan salah satu teknik yang memasarkan produknya secara langsung yang dilakukan melalui jaringan internet (Nurlina, 2018). Peneliti memakai indikator menurut (Achmad, 2018) yang menyederhanakan beberapa indikator e-commerce, yaitu: e-commerce mudah diakses untuk digunakan, kenyamanan pada saat melakukan belanja, kelengkapan produk yang dijual, kemudahan pencarian produk.

Ekspektasi Pendapatan

Ekspektasi pendapatan merupakan harapan untuk memperoleh penghasilan lebih tinggi sehingga dengan ekspektasi pendapatan yang lebih tinggi maka akan semakin meningkatkan minat berwirausaha pada mahasiswa (Adhitama, 2014).

Ekspektasi pendapatan mempunyai pengaruh positif terhadap minat berwirausaha artinya apabila ekspektasi pendapatan semakin tinggi maka minat berwirausaha akan semakin tinggi begitu pula sebaliknya karena ekspektasi akan penghasilan yang lebih baik merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi seseorang untuk menjadi wirausahawan atau tidak (Strajhar et al., 2016). Jika seseorang mendapatkan pendapatan lebih tinggi dengan menjadi wirausahawan, ia akan semakin

terdorong menjadi wirausahawan. Ekspektasi pendapatan terdapat pengaruh positif terhadap minat berwirausaha karena semakin tinggi ekspektasi seseorang terhadap pendapatan yang dihasilkan dari berwirausaha maka akan semakin meningkat minat seseorang berwirausaha, pendapatan yang lebih besar tersebut tentunya tergantung juga dari usaha yang dilakukan. Menjadi seorang wirausaha dapat menghasilkan pendapatan yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup seseorang (Setiyawan, 2017). Peneliti memakai indikator menurut (Jumiati, 2022) yang menyederhanakan beberapa indikator ekspektasi pendapatan, yaitu: penghasilan sendiri, pendapatan yang tinggi, pendapatan tidak terbatas, membantu ekonomi keluarga.

Minat Berwirausaha

Minat berarti kecenderungan dan kegairahan yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu, sedangkan wirausaha adalah kegiatan membuka usaha dengan kemampuan yang dimiliki. Minat berwirausaha dapat dilihat dari ketersediaan dalam bekerja keras dan tekun dalam bekerja keras dan tekun dalam mencapai kemajuan usahanya, kesediaan untuk menanggung macam - macam resiko berkaitan dengan tindakan yang dilakukannya. Kewirausahaan mendorong minat seseorang untuk mendirikan dan mengelola usaha secara profesional (Setia, 2019).

Minat berwirausaha adalah kecenderungan hati dalam diri untuk tertarik menciptakan sesuatu usaha yang kemudian mengorganisir, mengatur, menanggung resiko dan mengembangkan usaha yang diciptakannya tersebut. Minat berwirausaha berasal dari dalam diri seseorang untuk menciptakan sebuah bidang usaha. Minat berwirausaha pada mahasiswa diantaranya keinginan, ketertarikan, serta kesediaan seseorang untuk bekerja keras atau kemauan yang keras dengan adanya pemusatan perhatian dalam berwirausaha untuk memenuhi kebutuhan hidupnya secara mandiri (Wahyuni, 2015).

Peneliti memakai indikator menurut (Purnomo, 2005) yang menyederhanakan beberapa indikator minat berwirausaha, yaitu: 1. kemauan keras untuk mencapai tujuan dan kebutuhan hidup, 2. keyakinan kuat atas kekuatan sendiri, 3. sikap jujur dan tanggung jawab, 4. ketahanan fisik, mental, ketekunan, keuletan, bekerja dan berusaha, 5. pemikiran yang kreatif dan konstruktif, 6. berorientasi ke masa depan dan berani mengambil resiko.

METODE PENELITIAN

Metode adalah cara yang dapat digunakan untuk mengimplementasikan rencana yang sudah disusun dalam bentuk kegiatan nyata dan praktis untuk mencapai tujuan pembelajaran (Zulkifli, 2011). Dalam kaitannya pada penelitian menunjukkan cara mencari kebenaran dan asas-asas gejala alam, masyarakat, atau kemanusiaan berdasarkan disiplin ilmu yang bersangkutan.

Pada penelitian kali ini, metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif yang menggambarkan keadaan objek dan subjek penelitian, dapat berupa sekelompok orang, suatu keadaan atau kondisi tertentu, sistem pemikiran ataupun suatu peristiwa pada masa sekarang berdasarkan fakta yang ada. Alat ukur pada penelitian ini adalah kuesioner penelitian, data yang

diperoleh merupakan jawaban dari Generasi Z yang telah mengikuti mata pembelajaran ekonomi di DKI Jakarta.

Peneliti menggunakan metode pengambilan sampel yaitu *Random Sampling*. Teknik estimasi model dilakukan dengan menggunakan data primer yang menggunakan alat bantu Microsoft Excel dan software SPSS 22, untuk perhitungan validitas dan reliabilitas, menggunakan software SPSS 22 berfungsi mempercepat proses pengolahan data yang telah diperoleh dari kuesioner online. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer untuk semua variabel, meliputi variabel bebas (independent) yaitu literasi ekonomi (X1), e-commerce (X2) dan ekspektasi pendapatan (X3) dan variabel terikat (dependent) yaitu minat berwirausaha (Y).

Strategi pengujian yang digunakan dalam pengujian ini adalah dengan menggunakan persamaan Isaac dan Michael. Contoh tersebut diambil mengingat jumlah populasi generasi Z yang telah mengikuti mata pembelajaran ekonomi di DKI Jakarta, yang jumlahnya tidak jelas. Untuk memutuskan ukuran contoh yang akan digunakan dalam tinjauan ini, seperti Tabel 3.1. berikut ini:

Tabel 1 Tabel Perhitungan Isaac dan Michael.

N	S		
	1%	5%	10%
10	10	10	10
15	15	14	14
20	19	19	19
25	24	23	23
30	29	28	27
...	...	...	...
50000	663	348	270
55000	663	348	270
60000	663	348	270
...	...	...	...
1000000	663	348	271
∞	663	349	272

Pada perhitungan tabel Isaac dan Michael di atas, kemudian, pada saat itu, sangat baik dapat diselesaikan jumlah tes dalam berbagai informasi penting yang dilakukan terhadap 272 sampel generasi Z yang telah mengikuti mata pembelajaran ekonomi di Jakarta.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas menggunakan SPSS mensyaratkan jika nilai r hitung (*Corrected item total correlation*) > r tabel (koefisien korelasi sederhana) maka item pernyataan kuesioner dinyatakan valid (V. Wiratna. S, 2014). Berdasarkan hasil analisis diperoleh nilai r tabel sebesar 0,119 dan r hitung (*Corrected item total correlation*) lebih besar dari jumlah r tabel (koefisien korelasi sederhana) di setiap

item pernyataan untuk tiap variabel. Maka, dapat disimpulkan bahwa untuk variabel bebas literasi ekonomi (X1), e-commerce (X2) dan pengetahuan kewirausahaan (X2) terhadap variabel terikat minat berwirausaha (Y) secara keseluruhan adalah valid karena nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Artinya item pernyataan ini telah memenuhi persyaratan layak untuk digunakan dalam penelitian.

Uji reliabilitas dihitung menggunakan SPSS dengan kriteria keputusannya yaitu Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60 (Ghozali, 2014). Hasil Uji Reliabilitas Instrumen dapat disimpulkan bahwa uji reliabilitas yang dilakukan terhadap seluruh item pernyataan termasuk interval sangat kuat. Hasil koefisien reliabilitas instrumen variabel literasi ekonomi 1,141 kemudian variabel e-commerce 0,947 kemudian variabel ekspektasi pendapatan 0,945 dan minat berwirausaha 0,984 ternyata memiliki nilai *Alpha Cronbach's* lebih besar dari 0,60 yang berarti ketiga instrument dinyatakan reliabel atau memenuhi persyaratan.

Uji Persyaratan Analisis

Uji Normalitas

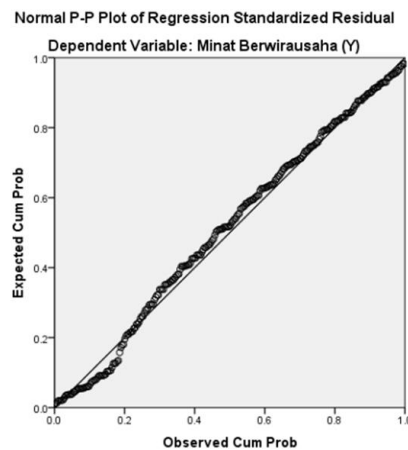
Pengujian normalitas dilakukan untuk menunjukkan data yang digunakan dalam penelitian dinyatakan normal atau tidak. Dalam melakukan uji normalitas, peneliti menggunakan uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* dengan keputusan jika nilai signifikan > 0.05 , maka data dinyatakan normal. Selain itu, peneliti juga melakukan uji *Normal Probability Plot* dengan keputusan jika data mengumpul dan mengikuti di garis diagonal, maka dinyatakan normal.

Tabel 2 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		272
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	-.3534323
	Std. Deviation	8.76781512
Most Extreme Differences	Absolute	.050
	Positive	.050
	Negative	-.032
Test Statistic		.050
Asymp. Sig. (2-tailed)		.100 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: Hasil olah data SPSS versi 22 (data diolah tahun 2025)

Berdasarkan hasil output SPSS atau pengujian normalitas, dapat ditunjukkan pada tabel Asymp. Sig. (2-tailed) bernilai $0,100 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi secara normal. Selanjutnya, peneliti melakukan uji normalitas dengan menggunakan Normal Probability Plot sebagai berikut.



Gambar 1 Hasil Uji Normalitas

Berdasarkan hasil output SPSS di atas, dapat terlihat bahwa persebaran data berkumpul dan bergerak mengikuti arah garis diagonal, sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi secara normal.

Uji Linearitas

Pengujian linearitas dilakukan untuk menunjukkan hubungan antara dua variabel atau lebih memiliki hubungan yang linear atau tidak linear. Uji linearitas dilakukan dengan menggunakan SPSS yang hasilnya dapat ditunjukkan pada Tabel ANOVA melalui nilai *sig. deviation from linearity* $> 0,05$ maka anatara variabel bebas dengan variabel terikat dinyatakan memiliki hubungan yang linear.

Tabel 3 Hasil Uji Linearitas X1 Terhadap Y

ANOVA Table							
			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Minat Berwirausaha (Y) * Literasi Ekonomi (X1)	Between Groups	(Combined)	12.935	3	4.312	2.321	.076
		Linearity	12.740	1	12.740	6.857	.009
		Deviation from Linearity	.195	2	.097	.052	.949
	Within Groups		497.885	268	1.858		
	Total		510.820	271			

Sumber: Hasil olah data SPSS versi 22 (data diolah tahun 2025)

Berdasarkan hasil output SPSS di atas, diketahui nilai Sig. Deviation from Linearity pada Literasi Ekonomi (X1) terhadap Minat Berwirausaha (Y) sebesar $949 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linear. Selanjutnya, hasil *output* atas uji linearitas E-Commerce (X2) terhadap Minat berwirausaha (Y) adalah sebagai berikut.

Tabel 4 Hasil Uji Linearitas X2 Terhadap Y

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat Berwirausaha (Y) * E-Commerce (X2)	Between Groups	(Combined)	151.680	6	25.280	18.653	.000
		Linearity	145.252	1	145.252	107.177	.000
		Deviation from Linearity	6.428	5	1.286	.949	.450
	Within Groups		359.140	265	1.355		
	Total		510.820	271			

Sumber: Hasil olah data SPSS versi 22 (data diolah tahun 2025)

Berdasarkan hasil output SPSS di atas, diketahui nilai Sig. Deviation from Linearity pada E-Commerce (X2) terhadap Minat Berwirausaha (Y) sebesar $450 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linear. Selanjutnya, hasil output atas uji linearitas Ekspektasi Pendapatan (X3) terhadap Minat berwirausaha (Y) adalah sebagai berikut.

Tabel 5 Hasil Uji Linearitas X3 Terhadap Y

ANOVA Table							
			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Minat Berwirausaha (Y) * Ekspektasi Pendapatan (X3)	Between Groups	(Combined)	73.152	6	12.192	7.382	.000
		Linearity	68.698	1	68.698	41.596	.000
		Deviation from Linearity	4.454	5	.891	.539	.746
	Within Groups		437.668	265	1.652		
	Total		510.820	271			

Sumber: Hasil olah data SPSS versi 22 (data diolah tahun 2025)

Berdasarkan hasil output SPSS di atas, diketahui nilai *Sig. Deviation from Linearity* pada Ekspektasi Pendapatan (X3) terhadap Minat Berwirausaha (Y) sebesar $746 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linear.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolineritas adalah uji yang dilakukan untuk menguji model regresi penelitian apakah terdapat adanya korelasi antar variabel bebas (Indri & Putra, 2022). Model regresi yang baik akan menunjukkan bahwa tidak terdapat korelasi antara variabel bebas. Dalam hal kriteria pengambilan keputusan dapat didasari oleh nilai Tolerance dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Apakah nilai Tolerance $> 0,1$ dan VIF < 10 , maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 6 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	21.523	3.229		6.665	.000		
	Literasi Ekonomi (X1)	1.474	.475	.185	3.104	.002	.991	1.009

E-Commerce (X2)	.154	.075	.123	2.062	.040	.988	1.012
Ekspektasi Pendapatan (X3)	.160	.077	.124	2.074	.039	.988	1.012

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha (Y)

Sumber: Hasil olah data SPSS versi 22 (data diolah tahun 2025)

Berdasarkan output SPSS di atas, Uji Multikolineritas tersebut ditunjukkan bahwa variabel Literasi Ekonomi (X1) memperoleh nilai Tolerance sebesar $0,991 > 0,1$ dan VIF sebesar $1,009 < 10$. Kemudian, untuk variabel E-Commerce (X2) memperoleh nilai Tolerance sebesar $0,998 > 0,1$ dan VIF sebesar $1,012 < 10$. Selanjutnya, untuk variabel Ekspektasi Pendapatan (X3) memperoleh nilai Tolerance sebesar $0,998 > 0,1$ dan VIF sebesar $1,012 < 10$. Dengan demikian, berdasarkan penjelasan hasil uji multikolineritas melalui nilai Tolerance dan VIF, dapat disimpulkan bahwa variabel X1, X2, X3 masing-masing tidak memiliki masalah multikolineritas, sehingga model regresi penelitian ini disimpulkan baik.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah sebuah uji yang dilakukan bertujuan untuk mengetahui model regresi penelitian apakah terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Purba et al., 2021). Model regresi penelitian harus memiliki variance yang tidak memiliki masalah heteroskedastisitas. Dalam hal kriteria pengambilan keputusan dapat didasari oleh jika nilai Sig. $> 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa tidak memiliki masalah heteroskedastisitas. Namun, sebaliknya apabila nilai Sig. $< 0,05$ maka dinyatakan memiliki masalah heteroskedastisitas.

Tabel 7 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.187	1.875		4.366	.000
	Literasi Ekonomi (X1)	-.054	.276	-.012	-.194	.846
	E-Commerce (X2)	-.007	.043	-.010	-.167	.867
	Ekspektasi Pendapatan (X3)	-.034	.045	-.047	-.766	.445

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha (Y)

Sumber: Hasil olah data SPSS versi 22 (data diolah tahun 2025)

Berdasarkan output SPSS atas Uji Heteroskedastisitas tersebut, ditunjukkan bahwa variabel Literasi Ekonomi (X1) memperoleh nilai Sig. sebesar $0,846 > 0,05$. Kemudian variabel E-Commerce (X2) memperoleh nilai Sig. sebesar $0,867 > 0,05$. Selajutnya, untuk variabel Ekspektasi Pendapatan (X3) memperoleh nilai Sig. sebesar $0,445 > 0,05$. Dengan demikian, berdasarkan penjelasan hasil uji heteroskedastisitas melalui nilai Sig., dapat disimpulkan bahwa variabel X1, X2, dan X3 masing-masing tidak memiliki masalah heteroskedastisitas, sehingga model regresi penelitian ini disimpulkan baik.

Uji Kelayakan Model

Uji F (Goodness of fit)

Uji F adalah sebuah uji statistik yang dilakukan untuk mengukur ketepatan fungsi regresi (Ghozali, 2018), Uji statistik F bertujuan untuk melihat tingkat kelayakan model yang dianalisis yang ditunjukkan melalui apakah variabel-variabel yang digunakan oleh model tersebut dapat menjelaskan fenomena yang dianalisis. Hasil uji kelayakan tersebut dapat dikatakan layak apabila hasil tersebut dinyatakan cocok atau fit dengan persamaan regresi.

Kelayakan tersebut dapat diartikan bahwa model regresi yang digunakan dapat menjelaskan pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat. *Goodness of Fit Model* dapat ditunjukkan melalui uji statistik F pada *Analysis of Variance* (ANOVA) dengan kriteria keputusan jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai signifikan $< 0,05 (\alpha)$, maka model penelitian dinyatakan layak. Sebaliknya, jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan nilai signifikan $> 0,05 (\alpha)$, maka model penelitian dinyatakan tidak layak. Nilai F_{tabel} diperoleh melalui nilai taraf signifikansi sebesar 0,05, kemudian dengan ketentuan $df = n - k$. Dengan diketahui n adalah jumlah data dan k adalah jumlah variabel independen. Maka, $df = 272 - 2 = 270$ sehingga didapat F_{tabel} sebesar 3,02. Berikut adalah hasil output dari uji F :

Tabel 8 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1244.420	3	414.807	5.327	.001 ^b
	Residual	20866.988	268	77.862		
	Total	22111.408	271			

Sumber: Hasil olah data SPSS versi 22 (data diolah tahun 2025)

Berdasarkan tabel ANOVA diatas, menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} sebesar 5,327 dan F_{tabel} sebesar 3,02 sehingga $5,327 > 3,02$. Kemudian untuk hasil uji statistik dengan nilai Sig. 0,001. Dengan demikian menunjukkan bahwa nilai Sig. $0,001 < 0,05$ maka model regresi linier tersebut menunjukkan bahwa layak digunakan untuk menjelaskan variabel independen terhadap variabel dependen, yaitu variabel Literasi Ekonomi (X1), E-Commerce (X2), dan Ekspektasi Pendapatan (X3) terhadap Minta Berwirausaha (Y) layak untuk dilakukan penelitian.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji koefisien determinasi dilakukan dengan tujuan untuk mengukur tingkat kemampuan model regresi dalam menjelaskan variabel terikat (Ferdinand, 2014). Koefisien determinasi ditunjukkan melalui nilai Adjusted R Square. Berikut adalah hasil output dari uji koefisien determinasi :

Tabel 9 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.638 ^a	.408	.401	1.063
a. Predictors: (Constant), Ekspektasi Pendapatan (X3), E-Commerce (X2), Literasi Ekonomi (X1)				

b. Dependent Variable: Minat Berwirausaha (Y)

Sumber: Hasil olah data SPSS versi 22 (data diolah tahun 2025)

Berdasarkan output uji koefisien determinasi diatas, nilai korelasi berganda atau nilai R adalah 0,638. Koefisien determinasi dapat ditunjukkan pada nilai R Square (R²) sebesar 0,408 (40,8%) dan nilai Adjusted R Square sebesar 0,401 (40,1%). Dengan demikian, dapat dijelaskan bahwa sebesar 40,8% minat berwirausaha sebagai variabel dependen dapat dijelaskan pengaruhnya melalui literasi ekonomi, e-commerce, dan minat berwirausaha sebagai variabel independen. Sedangkan dari 76,2% disebabkan oleh faktor lain diluar model penelitian ini. Hal ini menunjukkan bahwa masih banyak faktor lain yang mempengaruhi minat berwirausaha.

Uji Hipotesis

Uji T

Uji T atau Uji Koefisien Regresi Parsial adalah pengujian yang dilakukan bertujuan untuk melihat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Ada pun kriteria keputusan dari uji T adalah jika nilai thitung > ttabel dan nilai signifikan < 0,05 (α), maka dinyatakan terdapat pengaruh signifikan antara variabel X terhadap variabel Y. Sebaliknya, jika nilai thitung < ttabel dan nilai signifikan > 0,05 (α), maka dinyatakan tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel X terhadap variabel Y. Nilai ttabel diperoleh melalui nilai taraf signifikansi sebesar 0,05, kemudian dengan ketentuan $df = n - k - 1$. Dengan diketahui n adalah jumlah data dan k adalah jumlah variabel independen. Maka, $df = 272 - 2 - 1$ adalah 269 sehingga didapat ttabel sebesar 1,650. Berikut adalah hasil output dari uji T :

Tabel 10 Hasil Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	21.523	3.229		6.665	.000
	Literasi Ekonomi (X1)	1.474	.475	.185	3.104	.002
	E-Commerce (X2)	.154	.075	.123	2.062	.040
	Ekspektasi Pendapatan (X3)	.160	.077	.124	2.074	.039

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha (Y)

Sumber: Hasil olah data SPSS versi 22 (data diolah tahun 2025)

Berdasarkan output SPSS atas Uji T tersebut, ditunjukkan bahwa variabel Literasi Ekonomi (X1) memperoleh nilai Sig. sebesar 0,002 < 0,05 dan thitung sebesar 3,104 > ttabel. Kemudian variabel E-Commerce (X2) memperoleh nilai Sig. sebesar 0,040 < 0,05 dan thitung sebesar 2,062 > ttabel. Selajutnya, untuk variabel Ekspektasi Pendapatan (X3) memperoleh nilai Sig. sebesar 0,039 < 0,05 dan thitung sebesar 2,074 > ttabel. Dengan demikian, berdasarkan penjelasan hasil uji T melalui nilai signifikansi dan hasil thitung, dapat disimpulkan bahwa variabel X1, X2, dan X3 masing-masing memiliki pengaruh positif signifikan terhadap variabel Y.

Pembahasan

1. Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Minat Berwirausaha

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara positif dan signifikan antara literasi ekonomi terhadap minat berwirausaha pada generasi Z di Jakarta. Hal ini dapat ditunjukkan dengan nilai Sig. sebesar $0,002 < 0,05$ dan thitung sebesar $3,104 > t_{tabel}$ sebesar 1,650. Dengan demikian dapat dibuktikan bahwa adanya pengaruh secara positif dan signifikan literasi ekonomi terhadap minat berwirausaha.

Selanjutnya pada analisis regresi linear berganda nilai koefisien pada variabel Literasi Ekonomi adalah sebesar 1,474 yang menjelaskan bahwa jika literasi ekonomi naik sebesar 1%, maka hasil belajar akan meningkat sebesar 1,474 pada konstanta 21,523. Nilai koefisien yang positif membuktikan bahwa semakin tinggi pengaruh literasi ekonomi, maka akan semakin tinggi minat berwirausaha yang diperoleh. Sebaliknya, jika semakin rendah pengaruh literasi ekonomi, maka semakin rendah hasil berwirausaha yang diperoleh.

Kemudian, menurut penelitian yang dilakukan oleh (Sastri et al., 2022) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara literasi ekonomi terhadap minat berwirausaha. Hal ini dibuktikan dengan hasil diperoleh nilai $t > 2,430$ lebih dari t_{tabel} yaitu 1,988. Penelitian ini menunjukkan bahwa individu yang memiliki pengetahuan tentang literasi ekonomi cenderung memiliki minat yang lebih besar untuk memulai usaha mereka sendiri.

Berdasarkan penjelasan penelitian yang relevan untuk memperkuat hipotesis penelitian ini, maka dapat disimpulkan bahwa literasi ekonomi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha.

2. Pengaruh E-Commerce Terhadap Minat Berwirausaha

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara positif dan signifikan antara e-commerce terhadap minat berwirausaha pada generasi Z di Jakarta. Hal ini dapat ditunjukkan dengan nilai Sig. sebesar $0,040 < 0,05$ dan thitung sebesar $2,062 > t_{tabel}$ sebesar 1,650. Dengan demikian dapat dibuktikan bahwa adanya pengaruh secara positif dan signifikan e-commerce terhadap minat berwirausaha.

Selanjutnya pada analisis regresi linear berganda nilai koefisien pada variabel e-commerce adalah sebesar 0,154 yang menjelaskan bahwa jika pengaruh e-commerce naik sebesar 1%, maka hasil belajar akan meningkat sebesar 0,154 pada konstanta 21,523. Nilai koefisien yang positif membuktikan bahwa semakin tinggi pengaruh e-commerce, maka akan semakin tinggi minat berwirausaha yang diperoleh. Sebaliknya, jika semakin rendah pengaruh e-commerce, maka semakin rendah hasil berwirausaha yang diperoleh.

Kemudian, menurut penelitian yang dilakukan oleh (*E- Commerce*, 2020) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara ekspektasi pendapatan terhadap minat berwirausaha. Hal ini dibuktikan dengan hasil diperoleh Nilai thitung $> t_{tabel}$ yaitu $5,233 >$

1,98609 dan sig. 0,000 < 0,05 maka H1 diterima dan H0 ditolak. Dan nilai thitung > ttabel yaitu 3,611 > 1,98609 dan sig. 0,000 < 0,05 maka H2 diterima dan H0 ditolak. Maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara e-commerce dan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha pada pedagang online di Kota Makassar dalam perspektif Islam. Penelitian ini menyoroti pengaruh penggunaan platform e-commerce seperti Tokopedia dan Bukalapak dalam meningkatkan minat berwirausaha di kalangan pedagang, menunjukkan bahwa kemudahan dalam memulai bisnis digital berkontribusi pada minat berwirausaha.

Berdasarkan penjelasan penelitian yang relevan untuk memperkuat hipotesis penelitian ini, maka dapat disimpulkan bahwa e-commerce memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha.

3. Pengaruh Ekspektasi Pendapatan Terhadap Minat Berwirausaha

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara positif dan signifikan antara ekspektasi pendapatan terhadap minat berwirausaha pada generasi Z di Jakarta. Hal ini dapat ditunjukkan dengan nilai Sig. sebesar 0,039 < 0,05 dan thitung sebesar 2,074 > ttabel sebesar 1,650. Dengan demikian dapat dibuktikan bahwa adanya pengaruh secara positif dan signifikan ekspektasi pendapatan terhadap minat berwirausaha.

Selanjutnya pada analisis regresi linear berganda nilai koefisien pada ekspektasi pendapatan adalah sebesar 0.160 yang menjelaskan bahwa pengaruh ekspektasi pendapatan naik sebesar 1%, maka hasil belajar akan meningkat sebesar 0,160 pada konstanta 21,523. Nilai koefisien yang positif membuktikan bahwa semakin tinggi pengaruh ekspektasi pendapatan, maka akan semakin tinggi minat berwirausaha yang diperoleh. Sebaliknya, jika semakin rendah pengaruh ekspektasi pendapatan, maka semakin rendah hasil berwirausaha yang diperoleh.

Kemudian, menurut penelitian yang dilakukan oleh (Jumiatia et al., 2022) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara ekspektasi pendapatan terhadap minat berwirausaha. Hal ini dibuktikan dengan hasil diperoleh thitung 8,240 > ttabel 1,67252 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 < 0,05. Maka terdapat pengaruh secara parsial dan signifikan antara ekspektasi pendapatan terhadap minat berwirausaha. Ekspektasi atau harapan penghasilan yang lebih baik menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi seseorang ingin menjadi seorang wirausaha atau tidak, jika seseorang menginginkan mendapatkan yang lebih tinggi dengan menjadi wirausahawan maka akan semakin tinggi minat menjadi seorang wirausaha.

Berdasarkan penjelasan penelitian yang relevan untuk memperkuat hipotesis penelitian ini, maka dapat disimpulkan bahwa ekspektasi pendapatan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian serta pengujian dan analisis data yang telah dilakukan, dengan demikian dapat disampaikan beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Literasi Ekonomi berpengaruh langsung terhadap Minat Berwirausaha dengan kontribusi yang positif. Artinya, Literasi ekonomi yang baik dapat meningkatkan pemahaman individu terhadap konsep-konsep ekonomi, seperti pengelolaan keuangan, risiko, dan peluang pasar.
2. Commerce berpengaruh langsung terhadap Minat Berwirausaha dengan kontribusi yang positif. Artinya, E-commerce membuka peluang bagi individu untuk menjangkau pasar yang lebih besar tanpa terbatas oleh lokasi geografis.
3. Ekspektasi Pendapatan berpengaruh langsung terhadap Minat Berwirausaha dengan kontribusi yang positif. Artinya, ekspektasi pendapatan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berwirausaha, karena potensi pendapatan yang lebih tinggi menjadi salah satu motivasi utama bagi banyak individu untuk terjun ke dunia usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, A. (2018). Pengaruh Pengguna E-commerce terhadap Transaksi Online Menggunakan Konfirmasi faktor Analisis. *Faktor Exacta*, 11(1), 7. <https://doi.org/10.30998/faktorexacta.v11i1.2306>
- Adhitama, P. P. (2014). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Undip, Semarang). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha*.
- Ahmad, A., Fauzi, R. U. A., Ditta, A. S. A., Idris, I., & Mohamad Yazid, M. F. (2020). The Role of Perceived Benefits and Perceived Risks Towards The Consumers ' Purchase Intention Via E-Commerce : An Evidence From Indonesia. *Product Development in Islamic Book Publication Industry: A Case of Pustaka Salam Sdn. Bhd View Project DAMPAK*, 63(2s), 3257–3274.
- Ahmad, N., & Fasih, S. T. (2017). Attitude of Business Students towards E-Commerce: A Case Study. *International Journal of Experiential Learning & Case Studies*, 2(1), 19–33. <https://www.journals.iobmresearch.com/index.php/JELCS/article/view/1702>
- Ainur Rizqi, U., Heri Pratikto, & Heny Kusdiyanti. (2022). Entrepreneurship Education and Economic Literacy Mediated by Entrepreneurial Self-Efficacy Affect Entrepreneurial Intention. *International Journal Of Humanities Education and Social Sciences (IJHESS)*, 2(1), 190–204. <https://doi.org/10.55227/ijhess.v2i1.208>
- Amalia, H., & Hadi, S. (2024). Faktor-Faktor yang Berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Hafidzpreneur. *Didaktika: Jurnal Kependidikan*, 13(1), 953–962. <https://ssed.or.id/contents/article/view/478>
- Darlis. (2021). Pengaruh E-Commerce dan Ekspektasi Pendapatan Terhadap Minat Berwirausaha Dikota Belopa. *Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, 5(2), 99–106.
- Gultom, E. (2021). Pengaruh E-Commerce, Pengetahuan Kewirausahaan dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Program S1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 2(2), 40–46. <http://ejurnal.seminar-id.com/index.php/jbe/article/view/788/524%0Ahttps://ejurnal.seminar-id.com/index.php/jbe/article/view/788>
- Heryanti, E., Kurjono, & Samlawi, F. (2022). Analisis Minat Berwirausaha Melalui Ekspektasi Pendapatan, Lingkungan Keluarga dan Pendidikan Kewirausahaan. *Journal of Finance, Entrepreneurship, and Accounting Education Research*, 1(1), 75–82.
- Ilmaniati, A., & Musihudin, M. (2017). Pengaruh Efikasi Diri dan Ekspektasi Pendapatan, Terhadap Minat Berwirausaha Siswa SMK (SMK Al-Madina). *Jurnal Media Teknik Dan Sistem Industri*, 1(December 2017), 41. <https://doi.org/10.35194/jmtsi.v1i0.59>

- Kusniawati, M., & Kurniawan, R. Y. (2016). Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumsi Siswa Kelas X Ips Di SMA Negeri 2 Tuban. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 4(3), 1–9.
- Linda Rachmona Zulatsari, M., & Soesatyo, Y. (2018). Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya Angkatan 2015. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 6(3), 157–160.
- Melina, A., & Wulandari, S. (2018). Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Pendidikan Ekonomi STKIP YPM Bangko. *Scientific Journals of Economic Education*, 2(1), 143.
- Mualifah, A. U., & Prasetyoningrum, A. K. (2021). Analisis Pengaruh Jiwa Wirausaha, Akses Modal, Dan Ekspektasi Pendapatan Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus pada Masyarakat Desa Kletek Kecamatan Pucakwangi Kabupaten Pati). *Jurnal Industri Kreatif Dan Kewirausahaan*, 3(1), 9–22. <https://doi.org/10.36441/kewirausahaan.v3i1.64>
- Mulyana, M., Silalahi, A. S., & Riwoe, F. L. R. (2024). Determinants Of Digital Entrepreneurship Intention. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 12(3), 575–586. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v12i3.2523>
- Mutiah, R. L. A. (2022). Pengaruh Digital Literacy dan Penggunaan E-commerce Terhadap Minat Berwirausaha Digital (Digital Entrepreneurship) Pada Mahasiswa Tadris IPS UIN Syarif In *Repository.Uinjkt.Ac.Id*. https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/64084%0Ahttps://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/64084/1/11170150000081_REZI_LARAS_AYU_MUTIAH_-_REZI_LARAS_AYU_MUTIAH_MHS_2017.pdf
- Nurlina, N. (2018). Pengaruh E-Service Quality, Dan Kepercayaan Online Terhadap Minat Pembelian Toko Online Di Tokopedia. *Jurnal Lentera Bisnis*, 6(2), 83. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v6i2.183>
- Prodi, P., Ekonomi, P., Mulawarman, U., Mulawarman, U., & Mulawarman, U. (2022). Pengaruh pendidikan kewirausahaan dan ekspektasi pendapatan terhadap minat berwirausaha mahasiswa pendidikan ekonomi universitas mulwarman. *Prosiding Prodi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Mulawarman*, 1, 1–10.
- Purnama Sari, P., Hodsay, Z., & Aradea, R. (2024). Pengaruh Literasi Ekonomi dan Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Siswa di SMA N 8 Palembang. *Jurnal Neraca: Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Ekonomi Akuntansi*, 8(1), 74–83. <https://doi.org/10.31851/neraca.v8i1.15690>
- Rahman Dhani, A., & Noranita, B. (2012). Pengembangan Aplikasi E-Commerce Pt. Global Elektronik Semarang Dengan Metode Unified Process. *Journal of Informatics and Technology*, 1(4), 29–39. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/joint>
- Rastiti, M. S., Widjaja, S. U. M., & Handayati, P. (2021). The Role of Self-Efficacy in Mediating the Effect of Entrepreneurship Education, Economic Literacy and Family Environment on Entrepreneurial Intentions for Vocational School Students in Jember Regency. *South East Asia Journal of Contemporary Business, Economics and Law*, 24(2), 26–42.
- Riswandi. (2019). Transaksi On-Line (E-Commerce): Peluang dan Tantangan Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 13(April), 15–38.
- Sahroh, A. F. (2018). Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Tingkat Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Di Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 6(3), 208–215.
- 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), 23.
- Sari, D. (2017). Siswa SMK Negeri Ngraho Diyah Chandra Kartika Sari Setya Chendra Wibawa. *It-Edu*, 2., 2.
- Sarjono, B. (2011). Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mengikuti Program Pendidikan Brevet Pajak Di Stie Perbanas Surabaya. *The Indonesian Accounting Review*, 1(01), 1. <https://doi.org/10.14414/tiar.v1i01.428>

- Sastri, H., Asriati, N., & Syahrudin, H. (2022). Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fkip Untan. *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Khatulistiwa (JPPK)*, 11(7), 676. <https://doi.org/10.26418/jppk.v11i7.56389>
- Setia, G. O. (2019). Pengaruh Efikasi Diri, Ekspektasi Pendapatan, dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Masyarakat Dayak di Kecamatan Sungai Melayu Rayak Kabupaten Ketapang Provinsi Kalimantan Barat. *Universitas Sanata Dharma*, 11–20. https://repository.usd.ac.id/25510/2/084114001_Full%5B1%5D.pdf
- Setiawan, R., & Malik, A. (2021). Pengaruh Ekspektasi Pendapatan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Masyarakat (Studi Kasus Pada Desa Tumpatan Nibung Dusun Vi Kecamatan Batang Kuis Kabupaten Deli Serdang Sumatera Utara. *JEKKP (Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Kebijakan Publik)*, 3(1), 32–37. <https://doi.org/10.30743/jekkp.v3i1.4073>
- Setyaningsih, D. (2017). ... Business Center Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Kelas Xi Jurusan Tata Niaga Smk Negeri 1 Bawang In *Skripsi*. <https://lib.unnes.ac.id/29879/>
- Setiyawan, Y. (2017). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title. 1–14.
- Sina, P. G. (2012). Analisis Literasi Ekonomi. *Jurnal Economia*, 8(2), 135–143.
- Sinulingga, C. P., & Nawawi, Z. M. (2022). Pengaruh E-Commerce terhadap Minat Berwirausaha di Era Global. *JIEM: Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1), 1611–1617.
- Situmorang, L., Agma, A. A., & Berutu, E. P. (2021). Pengaruh Penggunaan E-Commerce, Efikasi Diri dan Ekspektasi Pendapatan terhadap Entrepreneurial Intention. *Konferensi Nasional Sosial Dan Engineering Politeknik Negri Medan*, 598–606.
- Stevani, S., & Gumanti, D. (2019). Analisis Tingkat Literasi Ekonomi Mahasiswa STKIP PGRI Sumatera Barat. *Jurnal Inovasi Pendidikan Ekonomi*, 9(1), 11. <https://doi.org/10.24036/011041170>
- Strajhar, P., Schmid, Y., Liakoni, E., Dolder, P. C., Rentsch, K. M., Kratschmar, D. V., Odermatt, A., Liechti, M. E., Ac, R., No, N., No, C., Oramas, C. V., Langford, D. J., Bailey, A. L., Chanda, M. L., Clarke, S. E., Drummond, T. E., Echols, S., Glick, S., ... Mogil, J. S. (2016). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title. *Nature Methods*, 7(6), 2016. <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/26849997%0Ahttp://doi.wiley.com/10.1111/jne.12374>
- Suhartini, Y. (2011). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Dalam Berwirausaha (Studi Pada Mahasiswa Universitas PGRI Yogyakarta). *Akmenika Upy*, 7, 44.
- Trihudiyatmanto, M. (2019). Membangun Minat Berwirausaha Mahasiswa Dengan Pengaruh Faktor E-Commerce , Pengetahuan. *Jurnal PPKM*, 6(2), 93–103.
- Wahyuni, N. M. (2015). Hubungan Prestasi Belajar Mata Pelajaran Kewirausahaan Dengan Minat Wirausaha Siswa Smk Negeri 3 Singaraja. *Jurnal Pendidikan Teknologi Dan Kejuruan*, 12(2). <https://doi.org/10.23887/jptk.v12i2.6480>
- Wibowo, A., Narmaditya, B. S., Widhiastuti, R., & Saptono, A. (2023). The linkage between economic literacy and students' intention of starting business: The mediating role of entrepreneurial alertness. *Journal of Entrepreneurship, Management and Innovation*, 19(1), 175–196. <https://doi.org/10.7341/20231916>
- Yudiatmaja, Fridayana. 2013. *Analisis Regresi dengan Menggunakan Aplikasi Komputer Statistik SPSS*. Jakarta: Gramedia.
- Zulkifli.(2011), *Metodologi Pengajaran Bahasa Arab*, Pekanbaru: Zanafa Publising.