

Pengaruh E-Commerce Terhadap Minat Berwirausaha Generasi Millennial (Studi Kasus Pada Mahasiswa S1-Akuntansi 2018 Universitas Negeri Malang)

Rifqi Nabil Ronabliya^{1*}, Rafli Ernawa Azhar Kencana², Miranti Puspaningtyas³
^{1,2,3}Universitas Negeri Malang

*rifqi.nabil.1804226@students.um.ac.id

Abstrak

E-commerce sebagai sebuah inovasi untuk memalui bisnis saat ini mulai banyak digunakan, karena kemudahan e-commerce yang dapat menyediakan tempat berjualan tanpa membutuhkan modal yang besar dalam mendirikannya, apalagi melihat berwirausaha saat ini banyak terkadang memiliki halangan seperti akses sumber pendanaan, modal menjadi salah satu faktor yang harus dipertimbangkan, dengan adanya e-commerce dapat mengurangi penggunaan modal tersebut dalam mendirikan toko atau tempat berjualan. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh E-commerce dalam menggugah minat milenial untuk berwirausaha. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa akuntansi aktif angkatan 2018. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode random sampling dengan jumlah sampel sebanyak 64 mahasiswa. Pengumpulan data menggunakan kuisioner berbentuk google form yang diberikan pada mahasiswa Universitas Negeri Malang. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya e-commerce berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan untuk berwirausaha pada generasi milenial.

Kata Kunci: E-commerce, Kuantitatif, Minat berwirausaha, Generasi Millennial.

Abstract

E-commerce as an innovation to start a business is now starting to be widely used, because of the ease of e-commerce that can provide a place to sell without requiring a large amount of capital to establish it, especially seeing as many entrepreneurs nowadays sometimes have obstacles such as access to funding sources, capital becomes salah One factor that must be considered is that the existence of e-commerce can reduce the use of this capital in setting up a shop or a place to sell. The purpose of this study is to analyze the influence of E-commerce in arousing millennial interest in entrepreneurship. The population in this study were active accounting students of class 2018. The sampling technique used the random sampling method with a total sample of 64 students. Collecting data using a google form questionnaire given to students of the State University of Malang. The analytical method used is multiple linear regression. The results showed that the existence of e-commerce has a significant effect on decision making for entrepreneurship in the millennial generation.

Keywords: E-commerce, Quantitative, Interest in entrepreneurship, Millennial Generation.

PENDAHULUAN

Dalam kehidupan bermasyarakat selalu ada kegiatan perdagangan, hal tersebut dikarenakan perdagangan juga turut menjadi faktor penting dalam perkembangan suatu negara. Dalam prosesnya, perdagangan berkembang dengan pesat. Bukti dari cepatnya perkembangan perdagangan ini adalah munculnya teknologi perdagangan yang berbasis digital. Ekonomi digital sebagai inovasi baru usaha yang menjanjikan diminati oleh masyarakat, terutama generasi milenial. Representasi dari ekonomi digital tersebut adalah *E-Commerce*, *Electronic Commerce* adalah proses transaksi jual beli yang menggunakan alat elektronik (Yadewani and Wijaya 2017).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh adanya E-commerce terhadap minat kewirausahaan kaum millennial. Keinginan untuk berwirausaha sejak dini sudah mulai berkembang bagi wirausahawan – wirausahawan terutama di kalangan remaja atau generasi muda (Ayu and Pramiswari 2017), dengan adanya *e-commerce* ini kaum millennial menjadi terfasilitasi

dan dipermudah untuk berwirausaha. Berwirausaha saat ini juga sangat didukung oleh pemerintah karena pemerintah saat ini sedang gencar mencanangkan program ekonomi kreatif, dimana kaum millennial diharuskan untuk berkreasi dan berinovasi pada bidang ekonomi.

Pemilihan topik penelitian ini juga untuk melihat minat dari kaum millennial untuk berwirausaha dengan adanya kemudahan teknologi *e-commerce*, karena keunggulan *e-commerce* tersebut yang mudah untuk digunakan, bisa diakses kapan saja serta dimana saja dan pemasarannya sangat luas. Adanya *e-commerce* juga membantu wirausahawan yang baru merintis usaha dalam melakukan kegiatan pemasaran dapat dilakukan secara efektif dan efisien sebagai sarana informasi dalam transaksi untuk memperoleh keuntungan lebih dari yang biasanya (Yadewani and Wijaya 2017).

Sehubungan dengan hal diatas maka penulis tertarik untuk meneliti “Pengaruh E-Commerce Terhadap Minat Berwirausaha Generasi Milennial” dengan tujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara *e-commerce* terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa S1 Akuntansi 2018, Universitas Negeri Malang.

KAJIAN PUSTAKA

E-Commerce

Transaksi jual beli dalam kehidupan masyarakat selalu berevolusi pada tiap masanya, dimulai dari barter, transaksi tunai, dan hingga sekarang muncul teknologi yang membuat kita dapat bertransaksi secara online. *E-Commerce* adalah salah satu teknologi yang berkembang saat ini dalam bidang jasa dan perdagangan. *E-commerce* merupakan suatu cara berbelanja yang dapat dilakukan secara daring dan dapat diakses melalui alat elektronik seperti *handphone*, laptop, dan lain-lain (Kasmi and Candra 2017). Laudon dalam (Maulana, Susilo, and Riyadi 2015) menyatakan *E-Commerce* sebagai suatu proses jual beli produk secara elektronik oleh konsumen dan dari perusahaan ke perusahaan dengan komputer sebagai perantara transaksi bisnis. (Hidayat 2008) berpendapat jika terdapat beberapa kelebihan pada *E-Commerce* yang tidak dimiliki transaksi bisnis tunai atau *offline*, yakni:

1. Produk: Terdapat banyak jenis barang yang dapat dipasarkan seperti perabotan rumah, motor, dll.
2. Tempat menjual produk: Perusahaan harus memiliki domain dan hosting
3. Cara menerima pesanan: Email, Media Sosial seperti Whatsapp, Line, dll.
4. Cara pembayaran: Credit card, Paypal, Tunai
5. Metode pengiriman: Menggunakan Pos Indonesia, JNE, J&T dll.
6. Customer Service: Email, Contact us, dll.

(Desra 2019) *E-Commerce* terdiri dari beberapa jenis, yaitu:

1. Business to Consumer (B2C)
2. Business to Business (B2B)
3. Consumer to Consumer (C2C)
4. Consumer to Business (C2B)
5. Business to Administration (B2A) dan Consumer-to-Administration (C2A)
6. Online-to-Offline (O2O) E-Commerce

Minat Kewirausahaan

Minat berwirausaha adalah keinginan untuk tertarik kepada menciptakan suatu usaha, hal tersebut sesuai dengan pendapat Yadewani and Wijaya (2017) yang menyatakan bahwa minat berwirausaha adalah kecenderungan hati dalam diri subjek untuk tertarik menciptakan suatu

usaha yang kemudian mengorganisir, mengatur, menanggung resiko dan mengembangkan usaha yang diciptakannya sendiri. Pada dasarnya pembentukan jiwa kewirausahaan dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal (Priyanto 2008) Faktor internal yang berasal dari dalam diri wirausahawan dapat berupa sifat-sifat personal, sikap, kemauan dan kemampuan individu yang dapat memberi kekuatan individu untuk berwirausaha. Sedangkan faktor eksternal berasal dari luar diri pelaku entrepreneur yang dapat berupa unsur dari lingkungan sekitar seperti lingkungan keluarga, lingkungan dunia usaha, lingkungan fisik, lingkungan sosial ekonomi dan lain-lain (Suharti and Sirine 2012).

Menurut Sugiarto, Wismanto, and Utami (2015) indikator minat entrepreneurship, dapat dilakukan pada kaum millennial. Adapun indikator minat entrepreneurship adalah sebagai berikut:

- a. Pernah dan mempunyai pengalaman pada kegiatan penjualan
- b. Pernah dan mempunyai pengalaman pada kegiatan pembelian
- c. Pernah dan mempunyai pengalaman dalam memproduksi barang untuk dipasarkan
- d. Tertarik pada program kewirausahaan dan akuntansi
- e. Tertarik pada pekerjaan dibidang wiraswasta seperti berdagang dan menjadi pengrajin
- f. Berusaha mencoba untuk mendapat penghasilan sendiri
- g. Tertarik dan menyukai pada pekerjaan yang penuh tantangan
- h. Wirausaha

METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif. Menurut Sugiyono (2016) penelitian kuantitatif merupakan penelitian berlandaskan filsafat *positivism*, dan digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dengan analisis data bersifat statistic untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Pada umumnya, penelitian kuantitatif digunakan untuk meneliti dengan jumlah sampel besar (Azwar 2007). Penelitian ini bersifat deksriptif yang menggambarkan data berdasarkan dengan fakta yang ada di lapangan. Penelitian deskriptif dimaksudkan untuk mengeksplorasi dan mengklarifikasi mengenai suatu fenomena, dengan mendeskripsikan sejumlah variabel yang berkenaan dengan masalah yang diteliti (Mulyadi 2011)

Populasi Dan Sampel

Menurut Sugiyono (2014) mendefinisikan objek penelitian sebagai sebuah sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan tertentu tentang suatu hal yang bersifat objektif, dan benar. Adapun objek penelitian ini adalah pengaruh adanya *e-commerce* terhadap minat berwirausaha kaum millennial. Untuk itu peneliti menggunakan populasi seluruh mahasiswa dan mahasiswa prodi S1 Akuntansi Fakultas Ekonomi angkatan 2018 Universitas Negeri Malang. Untuk pengambilan sampel peneliti menggunakan simple random sampling. Menurut Sugiyono (2013) teknik simple random sampling adalah suatu teknik pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut. Untuk menghitung sampel penulis menggunakan rumus slovin yang mana sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + ne^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah Populasi
E = Nilai kritis (10%)

$$n = \frac{N}{1 + ne^2}$$

$$n = \frac{176}{1+1,67} = \frac{176}{2,67} = 63,76 \text{ dibulatkan menjadi } 64$$

Jenis Dan Sumber Data

Jenis data dalam penelitian ini merupakan data kuantitatif, dan penelitian ini menggunakan sumber data primer. Data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data secara real kepada peneliti. Sumber data primer dapat diambil melalui kegiatan wawancara dengan subjek penelitian atau melakukan observasi di lapangan (Sugiyono 2016). Dalam penelitian ini, data primer didapat dari menyebarkan angket atau kuesioner melalui *Google Form* kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi angkatan 2018 Universitas Negeri Malang yang aktif menggunakan layanan *E-Commerce*.

Metode Pengumpulan Data

Data merupakan keterangan yang nyata dan dapat dijadikan dasar analisis atau kesimpulan (KBBI 2019). Metode pengumpulan data adalah suatu cara atau Teknik yang dapat digunakan peneliti untuk mengumpulkan data (Dosen Pendidikan 2020b). Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengumpulan data primer. Data primer tersebut diperoleh dari menyebar kuesioner melalui platform *google form*. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner tertutup atau berupa pilihan ganda.

Teknik Analisis Data

Uji Validitas

Menurut Azwar (2007) uji validitas merupakan adalah sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsinya. Suatu instrumen penelitian dikatakan valid jika memiliki validitas yang tinggi. Kuesioner dinilai valid apabila dalam pertanyaan tersebut dapat mengungkapkan suatu yang dapat diukur pada kuesioner tersebut (Ghozali 2013). Keputusan untuk uji validitas :

- 1) Jika $r \text{ hitung} > r \text{ table}$, hal tersebut dinyatakan valid
- 2) Jika $r \text{ hitung} < r \text{ table}$, hal tersebut dinyatakan tidak valid

Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan instrument dapat dipercaya agar dapat digunakan sebagai alat pengumpul data dikarenakan instrumen tersebut dikatakan baik (Arikunto, 2010). Tes dapat dinyatakan memiliki sebuah tingkat kepercayaan tinggi jika pada hasil tersebut dapat memberikan hasil yang tetap.

Uji normalitas

Uji normalitas memiliki tujuan menguji variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi yang normal dalam model regresi (Ghozali 2013). Pada penelitian ini Uji normalitas dilakukan menggunakan uji statistik Kolmogorov Smirnov dimana uji ini digunakan untuk membandingkan distribusi data (yang akan diuji normalitasnya) dengan distribusi normal baku

Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh satu variabel bebas atau variable tergantung atau variable dependen maupun variable terikat atau variabel Y. dalam hal ini kami menggunakan analisis regresi linier berganda untuk mengukur

pengaruh antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Untuk persamaan regresi linear sederhana yaitu:

$$Y=a+bx$$

Dimana:

Y = variable dependen (Minat Berwirausaha)

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

x = variable independen (E-Commerce)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji Validitas adalah suatu pengukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan instrumen (Pendidikan 2020). Instrumen dianggap valid jika instrumen tersebut dapat mengukur dengan tepat apa yang perlu diukur. Instrumen dalam penelitian ini berupa kuesioner yang disebarkan kepada mahasiswa S1 Akuntansi 2018 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang sejumlah 64 mahasiswa yang diambil secara acak. Kriteria pengujian yang digunakan adalah apabila skor di atas 0,246 maka angket tersebut valid dan dikatakan tidak valid apabila skor dibawah 0,246. Berikut ini adalah hasil uji validitas angket pada 64 responden dengan 5 item pertanyaan untuk variabel X

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Angket Variabel X, E-Commerce.

Nomor	r hitung	r table 5% dua sisi	Keterangan
1	0,778	0,246	Valid
2	0,716	0,246	Valid
3	0,794	0,246	Valid
4	0,621	0,246	Valid
5	0,612	0,246	Valid

Berdasarkan data diatas, dapat diketahui bahwa kuesioner atau angket E-Commerce seluruhnya valid.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Angket Variabel Y, Minat Berwirausaha

Nomor	r hitung	r table 5% dua sisi	Keterangan
1	0,735	0,246	Valid
2	0,706	0,246	Valid
3	0,597	0,246	Valid
4	0,709	0,246	Valid
5	0,783	0,246	Valid

Berdasarkan data diatas, dapat diketahui bahwa kuesioner atau angket Minat Berwirausaha seluruhnya valid.

Uji Reliabilitas

Menurut Sugiono dalam (Dosen Pendidikan 2020a) Reliabilitas adalah serangkaian pengukuran yang memiliki konsistensi jika pengukuran yang dilakukan dengan alat ukur tersebut dilakukan secara berulang. Uji Reliabilitas adalah tingkat konsistensi suatu tes, relatif dan tidak berubah walau diujikan pada situasi berbeda. Dalam penelitian ini menggunakan rumus *alpha*

cronbach. Dengan kriteria pengujian, apabila hasil melebihi taraf signifikansi 60% maka pengukuran tersebut dinyatakan reliabel dan sebaliknya.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas Angket Variabel X, E-Commerce.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.734	5

Dari hasil instrumen tersebut dapat dilihat n kasus adalah 64 responden, n untuk item yang dianalisis terdapat 5 item, kemudian r Alpha diperoleh sebesar 0,734. Kesimpulan dari perhitungan di atas, yaitu instrumen tersebut mempunyai realibilitas yang tinggi karena nilainya > 60%.

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas Angket Variabel Y, Minat Berwirausaha

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.749	5

Dari hasil instrumen tersebut dapat dilihat n kasus adalah 64 responden, n untuk item yang dianalisis terdapat 5 item, kemudian r Alpha diperoleh sebesar 0,749. Kesimpulan dari perhitungan di atas, yaitu instrumen tersebut mempunyai realibilitas yang tinggi karena nilainya > 60%.

Uji Normalitas

Tabel 5. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		63
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.53915642
Most Extreme Differences	Absolute	.106
	Positive	.106
	Negative	-.099
Test Statistic		.106
Asymp. Sig. (2-tailed)		.073 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Uji *Kolmogrov Smirnov* adalah salah satu pengujian normalitas yang memiliki kelebihan sederhana dan tidak menimbulkan perbedaan persepsi antara satu pengamat dan pengamat lainnya. Hasil dari pengujian *Kolmogrov Smirnov* pada penelitian ini menunjukkan hasil yang signifikan sebesar 0,073. Dari hasil pengujian tersebut dapat disimpulkan residual mengikuti fungsi distribusi normal karena hasil pengujian *Kolmogrov Smirnov* lebih besar dari 0,05 ($0.73 > 0.05$). Berdasarkan hasil pengujian normalitas dengan grafik dan statistic tersebut dapat diambil pendapat bahwa model regresi layak digunakan untuk memprediksi kelebihan *e-commerce* berdasarkan masukan variable dependennya. Oleh karena itu data variable independennya berdistribusi normal, maka dari itu bisa dilanjutkan untuk melakukan perhitungan selanjutnya pada pembahasan ini.

Tabel 6. Analisis Regresi Linier Sederhana Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.597	1.517		5.009	.000
	E-Commerce	.669	.072	.767	9.333	.000

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

Diketahui nilai Constanta (a) sebesar 7,597, sedangkan nilai (b / koefisien regresi) sebesar 0,669 sehingga persamaan regresinya dapat ditulis sebagai berikut :

$$Y = a+bX$$

$$Y = 7,597 + 0,669X$$

Persamaan tersebut dapat diterjemahkan sebagai berikut :

- Konstanta sebesar 7,597 mengandung makna bahwa arti nilai konsisten variable Partisipasi adalah sebesar 7,597
- Koefisien regresi X sebesar 0,669 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai *e-commerce* , maka nilai minat berwirausaha bertambah sebesar 0,669. Koefisien regresi tersebut bernilai positif yang menandakan bahwa arah pengaruh variable X terhadap Y adalah positif.

Berdasarkan persamaan regresi linier sederhana tersebut memnunjukkan bahwa *e-commerce* memiliki pengaruh terhadap minat berwirausaha oleh mahasiswa prodi S1 Akuntansi angkatan 2018 Universitas Negeri Malang yaitu sebesar 0,699.

Tabel 7. Nilai Korelasi/Hubungan (R) Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.767 ^a	.588	.581	1.55172

a. Predictors: (Constant), E-Commerce

Tabel diatas menjelaskan besarnya nilai korelasi/hubungan (R) yaitu sebesar 0,767. Dari output tersebut dapat diperoleh koefisien determinasi (R square) sebesar 0,588 yang mana mengansung makna bahwa pengaruh variable bebas (E-Commerce) terhadap variable terikat (Minat Berwirausaha) adalah sebesar 58,8 %.

Tabel 8. Anova ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	209.725	1	209.725	87.101	.000 ^b
	Residual	146.878	61	2.408		
	Total	356.603	62			

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

b. Predictors: (Constant), E-Commerce

Dari output table tersebut diketahui bahwa nilai F hitung = 87,101 dengan tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,005$, maka model regresi dapat dipakai untuk memprediksi variable partisipasi atau dengan kata lain ada pengaruh variable X (E-Commerce) terhadap variable Y (Minat Berwirausaha)

SIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan bahwa dengan adanya *E-Commerce* dapat memunculkan minat berwirausaha generasi milenial. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan tentang pengaruh *E-Commerce* terhadap minat berwirausaha Generasi Milenial dengan sampel mahasiswa S1 Akuntansi 2018 Universitas Negeri Malang, dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh antara E-Commerce terhadap minat berwirausaha mahasiswa S1 Akuntansi 2018. Kemudahan dan keefektifan layanan *E-Commerce* membuat generasi milenial lebih tertarik dan berani untuk memulai suatu usaha. Aplikasi *E-Commerce* dapat menjadi alternatif sebagian besar proses penjualan yang ingin mencari informasi terkait tren penjualan yang sebelumnya menghabiskan waktu, dan juga mempromosikan dan menjual usaha yang dapat menghemat pengeluaran dan tenaga. *E-Commerce* dapat menyajikan informasi yang baik karena selalu memperbarui isi dari situs tersebut secara berkala dan sesuai dengan perkembangan zaman sekarang.

Penelitian ini diharapkan menjadi rujukan untuk pengembangan penelitian berikutnya yang bertemakan Pengaruh *E-Commerce* terhadap Minat Berwirausaha. Selanjutnya, hasil dari temuan penelitian ini diharapkan dapat menjadi motivasi untuk generasi milenial agar lebih memberanian diri untuk melakukan wirausaha karena telah ada layanan yang dapat memudahkan para calo wirausaha dalam membangun usahanya. Keterbatasan dari penelitian ini adalah Variabel Independen yang digunakan hanya mencakup adanya layanan *E-Commerce*, namun masih banyak faktor faktor yang dapat mempengaruhi individu untuk meningkatkan minat berwirausaha. Selain itu, sampel yang digunakan dalam penelitian ini terbatas hanya pada 64 responden. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat melengkapi keterbatasan yang ada dalam penelitian ini dengan sampel Generasi Milenial yang lebih banyak dan menggunakan metode yang berbeda serta dapat menghasilkan penelitian yang lebih akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Ayu, Dewa, and Anggi Pramiswari. 2017. "Pengaruh E-Commerce Dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Dalam Pengambilan Keputusan Untuk Berwirausaha." *E-Jurnal Akuntansi* 2017(1):261–89.
- Azwar, S. 2007. *Metode Penelitian*.
- Desra. 2019. "7 Jenis E-Commerce Yang Perlu Anda Ketahui! - Jurnal." *Jurnal.Id*.
- Dosen Pendidikan. 2020a. "Reliabilitas - Jenis, Tujuan, Contoh, Cara, Konsep, Faktor."
- Dosen Pendidikan. 2020b. "Teknik Pengumpulan Data - Pengertian, Proses, Jenis Dan Prinsip." *Dosenpendidikan.Co.Id*.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21*.
- Hidayat, Taufik. 2008. *Panduan Membuat Toko Online Dengan OSCommerce*. Jakarta: Mediakita.
- Kasmi, Kasmi, and Adi Nurdian Candra. 2017. "Penerapan E-Commerce Berbasis Business To Consumers Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Makanan Ringan Khas Pringsewu."

Jurnal AKTUAL 15(2):109. doi: 10.47232/aktual.v15i2.27.

KBBI. 2019. "Arti Kata Data - Kamus Besar Bahasa Indonesia." *KBBI Online* 1.

Maulana, Shabur Miftah, Heru Susilo, and Riyadi. 2015. "Implementasi E-Commerce Sebagai Media Penjualan Online." *Jurnal Administrasi Bisnis* 29(1):1-9.

Mulyadi, Mohammad. 2011. "Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Serta Pemikiran Dasar Menggabungkannya [Quantitative and Qualitative Research and Basic Rationale to Combine Them]." *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media* 15(1):128.

Pendidikan, Dosen. 2020. "Uji Validitas - Pengertian Menurut Para Ahli, Jenis, Cara." *Dosenpendidikan.Co.Id*.

Priyanto, Sony Heru. 2008. "Di Dalam Jiwa Ada Jiwa: The Backbone and the Social Construction of Entrepreneurships." *Pidato Pengukuhan Guru Besar Universitas Kristen Satya Wacana*.

Sugiarto, Jhonij, Y. Bagus Wismanto, and Cicilia Tanti Utami. 2015. "Efektivitas Pelatihan Entrepreneurship Skill Untuk Meningkatkan Minat Menjadi Entrepreneur." *Prediksi* 4(1):51.

Sugiyono. 2013. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*.

Sugiyono. 2014. "Educational Research Methods Quantitative, Qualitative Approach and R&D." *Alfabeta*.

Sugiyono. 2016. *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Suharti, Lieli, and Hani Sirine. 2012. "Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Niat Kewirausahaan (Entrepreneurial Intention)." *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan* 13(2). doi: 10.9744/jmk.13.2.124-134.

Yadewani, Dorris, and Reni Wijaya. 2017. "Pengaruh E-Commerce Terhadap Minat Berwirausaha." *Jurnal RESTI (Rekayasa Sistem Dan Teknologi Informasi)* 1(1):64. doi: 10.29207/resti.v1i1.6.