

## **Pemahaman E-commerce dan Lingkungan Sosial Terhadap Intensi Berwirausaha, Dengan Efikasi Diri Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Mahasiswa Pelita Bangsa)**

Abdul Aziz<sup>1</sup>, Retno Purwani Setyaningrum<sup>2</sup>

Universitas Pelita Bangsa  
[Abdulaziz0695@gmail.com](mailto:Abdulaziz0695@gmail.com)

### **ABSTRAK**

Di Indonesia, pengangguran adalah masalah ekonomi yang harus ditangani. Pengangguran disebabkan oleh ketidaksesuaian antara jumlah tenaga kerja dan jumlah tenaga kerja. Kewirausahaan mengurangi pengangguran dan meningkatkan kesempatan kerja. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memeriksa efikasi diri sebagai variabel mediasi lingkungan sosial terhadap pemahaman tentang *e-commerce* dan keinginan untuk berwirausaha. Penelitian asosiatif ini menggunakan metode kuantitatif. Data dikumpulkan melalui alat survei. Jumlah sampel penelitian adalah 91 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemahaman tentang *e-commerce* berpengaruh signifikan dan positif terhadap efikasi diri, pemahaman tentang *e-commerce* berpengaruh kecil dan negatif terhadap niat berwirausaha, dan lingkungan sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap efikasi diri. Efikasi diri dan kewirausahaan ditemukan memiliki dampak positif yang signifikan terhadap efikasi diri terhadap intensi kewirausahaan, sementara efikasi diri dan kewirausahaan memiliki dampak positif. Kata kunci: *E-commerce*, lingkungan social, intensi berwirausaha, efikasi diri.

### **ABSTRACT**

*In Indonesia, unemployment is an economic problem that needs to be addressed. The aim of this research is to examine self-effectiveness as a social environment mediation variable towards an understanding of e-commerce and the desire to be an entrepreneur. This associative research uses quantitative methods. The total sample of the study was 91 people, and the succession interval method (MSI) and Structural Equation Modeling (SEM) techniques were used to analyze the data. Research results show that an understanding of e-commerce has a significant and positive impact on self-efficiency, an understanding about e-commerce has a small and negative impact on entrepreneurial intentions, and a social environment has a substantial and positive effect on self effectiveness.*

Keywords: *E-commerce*, social environment, entrepreneurial intentions, self-efficiency.

### **PENDAHULUAN**

Perkembangan informasi dan teknologi saat ini di Indonesia membawa kemudahan bagi para wirausaha. Teknologi informasi adalah sistem informasi yang digunakan untuk memproses dan mengirim informasi yang diperoleh. Kemajuan teknologi informasi dapat dijadikan sebagai peluang bisnis atau wirausaha bagi mereka yang ingin meningkatkan perekonomiannya. Teknologi informasi berperan penting dalam menciptakan strategi bagi bisnis untuk mendapatkan keunggulan kompetitif. Perkembangan internet yang semakin maju menjadi salah satu faktor pendorong berkembangnya *e-commerce* sebagaimana diatur dalam UU No.12/2014/TT-BTC. Peraturan Nomor 11 Tahun 2008 mengenai Informasi dan Transaksi Elektronik.

Hasil survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menunjukkan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia akan mencapai 215,63 juta pada tahun 2022–2023, peningkatan 2,67% dari 210,03 juta pada tahun sebelumnya. Jumlah ini setara dengan 78,19% dari sebagian penduduk, yang berjumlah keseluruhan 275,77 juta orang. Tren penetrasi internet di Indonesia terus meningkat setiap tahunnya. Pada 2018, tingkat penetrasi internet domestik mencapai 64,8%, tetapi meningkat menjadi 73,7% pada tahun 2019 dan 2020, sebelum kembali meningkat menjadi

73,7% pada tahun 2021 dan 2022. Tingkat penetrasinya saat ini 77,02%, dan pada tahun 2022–2023 akan mencapai 80%.

Perdagangan elektronik, juga dikenal sebagai e-commerce, adalah proses pembelian, penjualan, dan pertukaran produk, layanan, dan informasi melalui Internet. Sangat penting dalam dunia bisnis modern. Menurut data dari Statista Market Insights, jumlah pengguna e-commerce Indonesia akan meningkat 12,79 persen dari 158,65 juta pada tahun sebelumnya dan akan mencapai 196,47 juta pada tahun 2023. Penulis memperkirakan bahwa pengguna e-commerce Indonesia terus meningkat, dengan perkiraan bahwa pada akhir tahun 2023, jumlah ini akan mencapai 196,47 juta. Diperkirakan dalam empat tahun ke depan, tren peningkatan pengguna e-commerce ini akan terus berlanjut. Menurut perkiraan Statista, jumlah pengguna e-commerce nasional akan mencapai 244,67 juta pada tahun 2027. Dengan menggunakan e-commerce, penjual dan pembeli tidak bertatap muka karena dengan e-commerce ini pelanggan dapat melihat produk yang diinginkannya melalui sarana elektronik yang tersedia bagi mereka. Dan proses pengelolannya dilakukan secara *online* dan memerlukan waktu yang relatif singkat (FIqkri & Zuhrinal, 2020).

Peran pemahaman mengenai e-commerce sangat penting dalam memberikan bekal kewirausahaan. Adanya pemahaman e-commerce dapat membantu memperoleh pengetahuan dan keterampilan kewirausahaan. Selain pemahaman tentang e-commerce, dukungan sosial sangat membantu keinginan niat berwirausaha, dalam kehidupan, dan lingkungan sosial dibentuk secara personal, sehingga karakter dari setiap individu dibentuk oleh keluarga, saudara, dan teman. Rasa percaya diri seseorang akan meningkat saat mereka hidup dalam lingkungan sosial yang mendukung. (Hermawan & Fitria, 2020). Lingkungan sosial juga berperan dalam menentukan karir seseorang, terutama dalam memilih karir bisnis. Tempat dimana masyarakatnya tinggal terutama di sektor startup cenderung mendorong seseorang menjadi seorang wirausaha (Alifia & Dwiridottjahjono, 2019).

Berdasarkan hasil dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Made, 2019) mengatakan tingkat percaya diri seseorang dapat melebihi keadaan saat ini dan mendorong untuk niat berwirausaha, karena menanamkan keyakinan bahwa seseorang mampu menyelesaikan tugas dengan sukses. (Ajzen, 2020) mengatakan bahwa ada dua sumber niat berwirausaha, yang berkaitan dengan introspeksi pada seseorang, perasaan dan subjektif,

Sebelum seseorang berbuat, dengan maksud yang melandasi seseorang untuk melakukan perbuatan itu, maka keinginan untuk melakukan perbuatan itu secara sadar dan segera dipenuhi disebut niat. (Mahbubah & Yonisa Kurniawan, 2022). Niat merupakan indikasi seberapa keras seseorang berusaha atau seberapa besar usaha yang dikorbankan untuk menunjukkan suatu perilaku. Semakin tinggi niat individu untuk melakukan suatu perilaku, maka semakin besar kecenderungannya untuk melakukan perilaku tersebut (Firlil & Tengku, 2022).

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa mahasiswa Universitas Pelita Bangsa, niat berwirausaha mahasiswa diyakini masih tergolong rendah. Beberapa orang mengakui bahwa mereka berniat menjalankan bisnis sebagai sumber pendapatan sekunder dan bukan sebagai kegiatan utama. Alasan yang dikemukakan adalah mereka lebih memilih bekerja di perusahaan yang pendapatannya lebih terjamin. Penghasilan di sektor pemerintah maupun swasta dinilai lebih stabil dibandingkan harus bekerja sendiri.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, ada perbedaan dalam hasil penelitian yang dilakukan oleh (Agustina & Fayardi, 2020). Mengungkapkan pemahaman platform e-commerce dapat mempengaruhi terhadap keinginan berwirausaha. Dan penelitian (Veronika, Yohana, & Fadilah Fidhyakah, 2021). mengungkapkan, pengetahuan tentang e-commerce dan kewirausahaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap niat berwirausaha. Berbeda dengan hasil penelitian (Endang Rahayu, 2023). mengungkapkan tidak ditemukan pengaruh pemahaman e-commerce terhadap keinginan berwirausaha. Pada variabel lingkungan sosial penelitian terdahulu yang dilaksanakan oleh (Made, 2019) akibatnya lingkungan sosial berpengaruh terhadap niat berwirausaha. Penelitian tersebut selaras dengan hasil penelitian (Srianggareni, Heryanda, & Telagawathi, 2020) mengungkapkan keinginan niat berwirausaha akan semakin kuat apabila didorong oleh lingkungan sosial. Penelitian yang telah

dilakukan oleh (Daniel & Sarwo Edy, 2020) menegaskan lingkungan sosial tidak mempengaruhi terhadap intensi berwirausaha.

Berdasarkan kejadian masalah dan perbedaan hasil penelitian di atas, peneliti berpendapat bahwa untuk memecahkan masalah, mereka harus menambah variabel mediasi. Efek diri adalah variabel mediasi yang dipilih peneliti. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pemahaman peneliti tentang lingkungan sosial dan *e-commerce* tentang hubungan antara niat berwirausaha dengan efikasi diri sebagai variabel mediasi. Penelitian dengan judul "Pemahaman *E-commerce* Lingkungan Sosial Terhadap Intensi Berwirausaha Dengan Efikasi Diri Sebagai Variabel Mediasi" bertujuan untuk menganalisis pemahaman orang lain tentang *e-commerce* terhadap efikasi diri, pemahaman orang lain tentang *e-commerce* terhadap efikasi diri, pemahaman orang lain tentang *e-commerce* terhadap efikasi diri, pemahaman orang lain tentang *e-commerce* terhadap efikasi diri, pemahaman orang lain tentang *e-commerce* terhadap efikasi diri, berdasarkan hasil penelitian, pengetahuan tentang *e-commerce* dapat mempengaruhi *self efficacy*, sehingga *self efficacy* berfungsi sebagai mediasi dalam penelitian (Firlil & Tengku, 2022). Selain itu, penelitian ini menunjukkan keinginan mahasiswa Universitas Pelita Bangsa untuk berwirausaha.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Intensi Berwirausaha

(Ajzen, 2020) Mengatakan Intensi didefinisikan sebagai kecenderungan untuk bertindak dalam situasi tertentu. Ketika seseorang memiliki niat berwirausaha, mereka berpikir untuk memulai bisnis baru atau mengubah bisnis yang sudah ada. (Wardani, 2021). Keinginan seseorang untuk berwirausaha terkait keinginan menggunakan ide-ide inovatif dan kreatif untuk menciptakan peluang bisnis, mengurangi risiko, mengendalikan risiko sehingga bisnis dapat menghasilkan keuntungan yang memuaskan. (Veronika, 2021). Keinginan seseorang untuk berbisnis dengan mengambil risiko dan menghasilkan barang baru dikenal sebagai niat berwirausaha. (Andriani, 2022). Berdasarkan penjelasan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa niat berwirausaha adalah keinginan untuk membuat produk baru yang dihasilkan dari pemikiran inovatif dan kreatif yang memiliki potensi untuk menghasilkan keuntungan.

### Pemahaman *E-commerce*

Meningkatnya penggunaan Internet mendorong perkembangan teknologi dan penyebaran informasi. Banyak aspek kehidupan yang berkembang sehingga memunculkan konsep-konsep bisnis baru dari pemanfaatan internet, khususnya *e-commerce*. Seiring berkembangnya teknologi informasi, transaksi biasa menjadi elektronik. Menurut (Pane & Manullang, 2023). Pengertian *e-commerce* adalah kemampuan seseorang untuk memahami bahwa *e-commerce* merupakan salah satu alat alternatif dalam berbisnis melalui sistem elektronik *online*, yang kemudian dimaknai dan dipahami oleh orang tersebut. Menurut (Sari & Rahayi, 2020). Penelitian sebelumnya, *e-commerce* adalah mekanisme bisnis yang dilakukan secara elektronik, dengan fokus pada transaksi bisnis individu dengan menggunakan internet (teknologi berbasis jaringan digital) untuk menukarkan barang dan/atau jasa di seluruh dunia. Keterbatasan ruang dan waktu. Penerapan teknologi dalam *e-commerce* tidak hanya mencakup transaksi penjualan dan penyediaan saja tetapi juga mencakup aktivitas pendukung seperti periklanan, pemasaran, layanan pelanggan, keamanan, dan pengiriman, serta pembayaran. Menurut (Pardede, 2020). Perkembangan teknologi telah membawa perubahan yang cepat pada perilaku manusia. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi membuat setiap orang menjadi pembelajar jika tidak ingin tertinggal dalam bidang ilmu yang sudah ketinggalan zaman.

### Lingkungan Sosial

Struktur sosial, pengaruh keluarga dan teman, panutan, dan mentor adalah beberapa faktor yang dapat mempengaruhi seseorang untuk mengubah perilaku dan mengambil tindakan (Ekpe & Mat, 2019). Lingkungan sosial dapat didefinisikan sebagai jaringan sosial, pengaruh keluarga dan teman, panutan, dan mentor, yang mendorong kewirausahaan dan memberikan pengalaman positif yang mempengaruhi niat untuk berwirausaha (Indriyani, 2019). Dapat disimpulkan lingkungan sosial adalah tempat individu bertindak atau membuat keputusan.

**Efikasi Diri**

(Naiborhu & Susanti, 2021) Mengatakan Teori kognitif sosial yang dikenal sebagai "efikasi diri" berfokus pada perasaan seseorang terhadap kemampuannya untuk menyelesaikan tugas yang diberikan. Lebih lanjut, (Firli & Tengku, 2022) menekankan bahwa teori ini menganggap belajar sebagai kemampuan untuk memahami pengetahuan melalui proses kognitif melalui informasi. Teori ini menganggap lingkungan sebagai penggerak yang mengatur perilaku dan pengetahuan seseorang, informasi dari lingkungan ini kemudian diubah menjadi informasi yang diperoleh untuk mendorong perubahan sikap seseorang terhadap masalah. Oleh karena itu, kepercayaan diri seseorang untuk melakukan pekerjaan berdasarkan keteladanan (melihat orang lain).

**METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yang merupakan informasi yang dikumpulkan langsung dari responden tanpa perantara. 91 mahasiswa dari Universitas Pelita Bangsa digunakan sebagai sumber data dalam penelitian ini.

Jenis Kelamin	Frekuensi
Perempuan	78
Laki-laki	13

Tabel. 1 Populasi Mahasiswa Kelas Malam 2023

Dari tabel diatas peneliti mengumpulkan data menggunakan metode wawancara langsung dan kuesioner yang di bagikan pada mahasiswa Universitas Pelita Bangsa. Kegunaan wawancara untuk mengetahui masalah secara langsung pada responden dengan memberikan beberapa pertanyaan kepada mereka yang dapat dijawab secara bebas, dan wawancara dilakukan secara terbuka. Kuesioner digunakan untuk mengumpulkan informasi secara tidak langsung dari responden dengan memberikan pernyataan-pertanyaan yang telah divalidasi, serta dengan meminta mereka untuk memberikan tanggapan yang sesuai dengan pertanyaan.

**HASIL DAN PEMBAHASAN****Karakteristik Responden**

Hasil dari penelitian ini, Responden penelitian dikategorikan berdasarkan jenis kelamin. Sampel dari penelitian ini terdiri dari 91 siswa, yang dihitung menggunakan rumus Slovin. Demografi responden disajikan dalam tabel berikut:

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Perempuan	78	85%
Laki-laki	13	15%

Tabel. 2 Responden Mahasiswa 2023

Berdasarkan tabel 2 di atas, mayoritas responden adalah perempuan (78 Mahasiswa) dengan presentasi 85% dan laki-laki (13 Mahasiswa) dengan presentasi 15%.

Varibabel	(X1)	(X2)	(Z)	(Y)
(X1)				
(X2)				
(Z)	0,277	0,550		
(Y)	0,055	0,240	0,255	

Tabel 3 Koefisien jalur

Varibabel	(X1)	(X2)	(Z)	(Y)
(X1)				

(X2)				
(Z)	0,004	0,001		
(Y)	0,070	0,008	0,006	

Tabel 4 P nilai jalur koefisien

Tabel 3 dan 4 menunjukkan bahwa. Pemahaman *e-commerce* terhadap efikasi diri memiliki pengaruh yang positif dengan nilai koefisien 0,277 dan nilai p 0,004 kurang dari 0,05. Pemahaman *e-commerce* terhadap intensi berwirausaha memiliki pengaruh negatif dengan nilai koefisien 0,051 dan nilai p 0,070 lebih dari 0,05. Lingkungan sosial memiliki pengaruh yang positif terhadap efikasi diri dengan nilai koefisien 0,240 dan nilai p 0,09 kurang dari 0,05.

Varibabel	(X1)	(X2)	(Z)	(Y)
(X1)				
(X2)				
(Z)				
(Y)	0,070	0,139		

Tabel 5 Efek tidak langsung untuk jalur dengan 2 segmen

Varibabel	(X1)	(X2)	(Z)	(Y)
(X1)				
(X2)				
(Z)				
(Y)	0,174	0,035		

Tabel 5 Efek tidak langsung untuk jalur dengan 2 segmen

Tabel 5 dan 6 diatas menunjukkan bahwa efikasi diri sebagai mediasi pemahaman *e-commerce* terhadap intensi berwirausaha memiliki pengaruh positif, dengan nilai 0,070 dan nilai p 0,174 lebih besar dari 0,05. Sebaliknya, efikasi diri sebagai mediasi berpengaruh pada lingkungan sosial terhadap intensi berwirausaha memiliki pengaruh positif, 0,139 dan nilai p 0,035 lebih kecil dari 0,05.

## PEMBAHASAN

### Pemahaman *e-commerce* terhadap efikasi diri

Berdasarkan data penelitian diatas memberikan hasil bahwa pemahaman *e-commerce* memiliki pengaruh positif terhadap efikasi diri, dengan nilai 0,277 dan nilai p 0,003 lebih rendah dari 0,05, menunjukkan bahwa hasil diterima. Penemuan penelitian ini didukung penelitian sebelumnya. (Tania Putri, 2022.) , (Srianggareni, 2020), (Andrew, 2020) yang menyatakan bahwa pemahaman yang kuat dan positif tentang *e-commerce* dapat memengaruhi efikasi diri. Efikasi diri terkait dengan keyakinan seseorang terhadap kemampuan mereka untuk melakukan tugas tertentu.

### Pemahaman *e-commerce* terhadap intensi berwirausaha

Berdasarkan data penelitian diatas memberikan hasil bahwa pemahaman *e-commerce* terhadap intensi berwirausaha berdampak negatif dengan nilai -0.051, dengan nilai p 0.070 yang lebih besar dari 0,05, yang menunjukkan bahwa hasil ditolak. Dari penelitian ini didukung penelitian sebelumnya.

(Daniel & Sarwo Edy, 2020) yang mengungkapkan bahwa pemahaman tentang kewirausahaan *e-commerce* tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap keinginan mahasiswa untuk berwirausaha.

#### **Lingkungan sosial terhadap efikasi diri**

Berdasarkan data penelitian diatas memberikan hasil bahwa lingkungan social terhadap efikasi diri memiliki pengaruh positif dengan nilai 0,545 dan nilai p nilai lebih rendah 0,001 dan lebih rendah 0,05 menunjukkan bahwa hasil diterima. Penelitian ini didukung dengan penelitian sebelumnya. (Alifia & Dwiridotjahjono, 2019) mengatakan lingkungan social yang baik dapat memengaruhi efikasi diri.

#### **Lingkungan sosial terhadap intensi berwirausaha.**

Berdasarkan data penelitian diatas memberikan hasil lingkungan sosial memiliki dampak yang bermanfaat terhadap keinginan untuk berwirausaha. Dengan nilai 0,240 dan nilai p 0,008, yang menunjukkan hasil diterima. Penelitian sebelumnya didukung oleh temuan penelitian. (Mahbubah & Kurniawan, 2022) yang menyatakan keinginan untuk berwirausaha akan meningkat dalam lingkungan sosial yang memiliki energi positif.

#### **Efikasi diri terhadap intensi berwirausaha**

Berdasarkan data penelitian diatas memberikan hasil efikasi diri memiliki dampak positif terhadap intensi berwirausaha, dengan nilai 0,250 dan nilai p 0,006 lebih rendah dari 0,05, menunjukkan hasil diterima. Penelitian ini didukung penelitian sebelumnya. (Rachmawati & Subroto, 2022), (Firlil & Tengku, 2022) mengatakan bahwa intensi untuk berwirausaha tidak dipengaruhi oleh efikasi diri, karena tidak percaya untuk melakukan kegiatan berwirausaha karena pengalaman dan pengetahuan mereka tentang *e-commerce*.

#### **Pemahaman *e-commerce* terhadap intensi berwirausaha melalui mediasi efikasi diri**

Berdasarkan data penelitian diatas memberikan hasil bahwa melalui mediasi efikasi diri, pemahaman *e-commerce* terhadap intensi berwirausaha berdampak negatif dengan nilai 0,070 dan nilai p 0,174 lebih besar dari 0,05 memberikan hasil penolakan. Penelitian ini tidak konsisten dengan penelitian sebelumnya. (Tania Putri, 2022) yang menyatakan bahwa efikasi diri dapat memfasilitasi pemahaman *e-commerce* tentang niat berwirausaha.

#### **Lingkungan sosial terhadap intensi berwirausaha melalui mediasi efikasi diri**

Berdasarkan data penelitian diatas memberikan hasil efikasi diri dapat memediasi pada lingkungan sosial terhadap intensi berwirausaha berdampak positif dengan nilai 0,139 dan nilai p 0,033, memberikan hasil diterima. Dengan Lingkungan social, seseorang bisa memperoleh pengetahuan, pengalaman, dan dorongan berwirausaha. Penelitian sebelumnya menambah temuan penelitian ini. (Made, 2019) mengatakan bahwa efikasi diri bisa menjadi variabel mediasi yang mempengaruhi lingkungan sosial terhadap keinginan mahasiswa untuk berniat berwirausaha di Universitas Maharaswati Denpasar. Penelitian ini juga memanfaatkan subjek mahasiswa di Universitas Pelita Bangsa Cikarang.

## **KESIMPULAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil data penelitian, peneliti menyimpulkan bahwa: (1) pemahaman tentang *e-commerce* memiliki dampak positif terhadap efikasi diri; (2) pemahaman tentang *e-commerce* memiliki dampak negatif terhadap keinginan untuk berwirausaha; (3) pemahaman tentang lingkungan sosial memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap efikasi diri; dan (4) pemahaman tentang lingkungan sosial memiliki dampak positif terhadap keinginan berwirausaha.

### **Saran**

Penulis mencapai beberapa kesimpulan, antara lain: (1) Diharapkan bahwa siswa akan lebih percaya diri untuk melakukan pekerjaan setelah mempelajari *e-commerce*; (2) Diharapkan bahwa banyaknya *e-commerce* dapat meningkatkan keinginan mahasiswa untuk berwirausaha; (3) Diharapkan bahwa lingkungan sosial mahasiswa dapat membantu mencapai kesuksesan dalam kehidupan profesional; (4) Diharapkan bahwa mahasiswa dapat memanfaatkan lingkungan sosial kampus untuk membangun relasi.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Agustina, L., & Fayardi, A. O. (2020). *Online Review: Indikator Penilaian Kredibilitas Online dalam Platform E-commerce*.
- Ajzen, I. (2020). The theory of planned behavior: Frequently asked questions. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2(4), 314–324. <https://doi.org/10.1002/hbe2.195>
- Alifia, & Dwiridotjahjono. (2019). *PENGARUH MOTIVASI BERWIRAUSAHA DAN LINGKUNGAN SOSIAL TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA (Studi Kasus pada Dusun Beton Desa Tritunggal Kecamatan Babat Kabupaten Lamongan)*. <http://surabaya.tribunnews.com>,
- Andrew, B. (2020). *Pengaruh Efikasi Diri dan Pendidikan Terhadap Intensi Kewirausahaan dengan Lingkungan Sosial Sebagai Variabel Moderasi*.
- Andriani, R., Hermawan, A., & Restuningdiah, N. (2022). *LITERACY : International Scientific Journals Of Social, Education and Humaniora THE INFLUENCE OF ENTREPRENEURSHIP EDUCATION AND E-COMMERCE BUSINESS COMMUNICATIONS PERSPECTIVE ON ENTREPRENEUR SELF EFFICACY MEDIATED INTENSITY IN STUDENTS OF THE FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS UNIVERSITAS NEGERI SURABAYA*. <http://jurnal-stiepari.ac.id/index.php/LITERACY>
- Ardian, F., Nawawi, Z. M., Islam, U., & Sumatera Utara, N. (2020). Pentingnya Pemahaman E-Commerce Bagi Masyarakat di Era Digital. In *Economic Reviews Journal* (Vol. 1).
- Daniel, & Sarwo Edy, H. (2020). *MOTIVASI BERWIRAUSAHA TERHADAP INTENSI BERWIRAUSAHA MAHASISWA*.
- Endang Rahayu. (2023). *ANALISIS PENGARUH E-COMMERCE TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM*.
- Firli, M., & Tengku, A. (2022). Efikasi Diri: Mediasi Pengaruh Faktor Kontekstual Terhadap Niat Berwirausaha Pada Mahasiswa Universitas Riau. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, x, No. x, 1.
- Hermawan, K. A., & Fitria, S. (2020). *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT ANALISIS PENGARUH KECENDERUNGAN DALAM MENGAMBIL RISIKO DAN PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN TERHADAP NIAT BERWIRAUSAHA DENGAN EFIKASI DIRI SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Studi pada Mahasiswa Wirausaha Universitas Diponegoro)*. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Indriyani, I. (2019). Economic Education Analysis Journal Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Melalui Self-Efficacy. *EEAJ*, 8(2), 470–484. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v8i2.31493>
- Made, S. (2019). *PENGARUH MOTIVASI, EFIKASI DIRI, EKSPEKTASI PENDAPATAN, LINGKUNGAN KELUARGA, DAN PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA JURUSAN AKUNTANSI DI UNIVERSITAS MAHASARASWATI DENPASAR*.
- Mahbubah, S., & Yonisa Kurniawan, R. (2022). Pendidikan Kewirausahaan dan Lingkungan Sosial Terhadap Intensi Berwirausaha Dengan Efikasi Diri Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora*, 8, 13–24.
- 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>
- Pane, R., Manullang, T., & Si, M. (2023). *PENGARUH PEMAHAMAN E-COMMERCE TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI UNIVERSITAS HKBP NOMMENSEN MEDAN TAHUN 2023*. 1(3), 1–13. <https://ejournal.uhn.ac.id/index.php/entrepreneurship>

- Rachmawati, H., & Subroto, W. T. (n.d.). *PENGARUH LINGKUNGAN KELUARGA, PENGETAHUAN KEWIRUSAHAAN DAN MOTIVASI BERWIRUSAHA TERHADAP MINAT BERWIRUSAHA MAHASISWA*. <https://doi.org/10.3360/ejpe.v10i1.6236>
- Srianggareni, N. M., Heryanda, K. K., & Telagawathi, N. L. W. S. (2020). PENGARUH MODERASI SELF EFFICACY PADA HUBUNGAN PENGETAHUAN KEWIRUSAHAAN TERHADAP MINAT BERWIRUSAHA DI UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1).
- Tania Putri, G. (n.d.). *Pengaruh Bisnis E-Commerce dan Self Efficacy terhadap Minat Menjadi Wirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Padang*.
- Veronika, K., Yohana, C., & Fadillah Fidhyallah, N. (2021a). *Hubungan Pengetahuan Kewirausahaan dan E-Commerce dengan Minat Berwirausaha Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta* (Vol. 2, Issue 1).
- Veronika, K., Yohana, C., & Fadillah Fidhyallah, N. (2021b). *Hubungan Pengetahuan Kewirausahaan dan E-Commerce dengan Minat Berwirausaha Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta* (Vol. 2, Issue 1).
- Wardani, V. K., & Surabaya, U. N. (2021). PENGARUH PENDIDIKAN KEWIRUSAHAAN, LINGKUNGAN KELUARGA, ATTITUDE TOWARDS ENTREPRENEURSHIP TERHADAP INTENSI BERWIRUSAHA MELALUI SELF EFFICACY. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 9(1). <https://doi.org/10.26740/jepk.v9n1.p79-100>