

**PENGARUH EFIKASI DIRI GENERASI MILENIAL DAN MOTIVASI
TERHADAP KEPUTUSAN BERWIRAUSAHA DI BIDANG
INDUSTRI KREATIF KULINER
DI KOTA BANDA ACEH**

SKRIPSI

Proposal Ini Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Aceh

OLEH :

AIYUB SAPUTRA
NPM: 2002140002



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH
PROGRAM STUDI KEWIRAUSAHAAN
BANDA ACEH
2024**



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH
FAKULTAS EKONOMI

JALAN MUHAMMADIYAH NO. 91 BATHOH LUENG RATA
TELEPON (0651) 21023 FAX. 21023 – 34092
BANDA ACEH 23245

Jurusan : Kewirausahaan
Program : Sarjana S-1

Banda Aceh, 24 Agustus 2024

TANDA PERSETUJUAN/PENGESAHAN SKRIPSI

Dengan ini, kami menyatakan telah menyetujui/mengesahkan skripsi saudara:

AIYUB SAPUTRA
NPM : 2002140002

Dengan judul:

**PENGARUH EFIKASI DIRI GENERASI MILENIAL DAN MOTIVASI
TERHADAP KEPUTUSAN BERWIRAUSAHA DI BIDANG INDUSTRI
KREATIF KULINER DI KOTA BANDA ACEH**

Yang diajukan untuk memenuhi sebagian dari syarat-syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh.

Menyetujui / Mengesahkan :

Ketua Program Studi
Manajemen

M. Arief Setia Budi, S.E., M.M
NIDN: 1324098801

Pembimbing I

M. Arief Setia Budi, S.E., M.M
NIDN: 1324098801

Pembimbing II

Muhammad Andi, S.E., M.M
NIDN: 1315029301

Mengetahui,
Dekan,



Drs. H. Tannizi Gadeng, SE, M.Si, M.M
NIDN: 19700408 199401 1 001



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH
FAKULTAS EKONOMI

JALAN MUHAMMADIYAH NO. 91 BATHOH LUENG BATA
- TELEPON (0651) 21023 FAX. 21023 - 34092
BANDA ACEH 23245

Jurusan : Kewirausahaan
Program : Sarjana S-1

Banda Aceh, 24 Agustus 2024

TANDA PERSETUJUAN KOMISI UJIAN SKRIPSI

Dengan ini, kami menyatakan telah menyetujui/mengesahkan skripsi saudara:

AIYUB SAPUTRA
NPM : 2002140002

Dengan judul:

**PENGARUH EFIKASI DIRI GENERASI MILENIAL DAN MOTIVASI
TERHADAP KEPUTUSAN BERWIRAUSAHA DI BIDANG INDUSTRI
KREATIF KULINER DI KOTA BANDA ACEH**

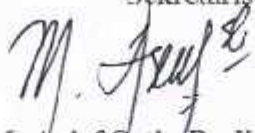
Yang telah dipertahankan di depan komisi ujian, pada tanggal 16 Juli 2024

Menyetujui / Mengesahkan :
Komisi Ujian

Ketua


Drs. H. Tarmizi Gadeng, SE., M.Si., MM
NIK: 19700408 199401 1 001

Sekretaris


M. Arief Setia Budi, S.E., M.M
NIDN. 1324098801

Anggota


Muhammad Andi, S.E., M.M
NIDN: 1315029301

Anggota


Aida Fitri, S.E., M.M
NIDN: 1313059101

Mengetahui
Ketua Program Studi Kewirausahaan


M. Arief Setia Budi, S.E., M.M
NIDN. 1324098801

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“SAYA YANG BERTANDA TANGAN DI BAWAH INI MENYATAKAN BAHWA SKRIPSI INI TELAH DITULIS DENGAN SESUNGGUH-SUNGGUHNYA DAN TIDAK ADA BAGIAN YANG MERUPAKAN PENJIPLAKAN KARYA ORANG LAIN DI PROGRAM STUDI KEWIRAUSAHAAN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH, APABILA DI KEMUDIAN HARI TERBUKTI BAHWA PERNYATAAN INI TIDAK BENAR MAKA SAYA SANGGUP MENERIMA HUKUMAN/SANKSI SESUAI PERATURAN YANG BERLAKU”

Banda Aceh, 24 Agustus 2024
Yang Menyatakan



Aiyub Saputra

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh, saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : **Aiyub Saputra**
NPM : 2002140002
Program Studi : Kewirausahaan
Fakultas : Ekonomi
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh **Hak Bebas Royalty Non Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

PENGARUH EFIKASI DIRI GENERASI MILENIAL DAN MOTIVASI TERHADAP KEPUTUSAN BERWIRAUSAHA DI BIDANG INDUSTRI KREATIF KULINER DI KOTA BANDA ACEH

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan) dengan Hak Royalty Non-Eksklusif ini Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh
Pada Tanggal : 24 Agustus 2024

Yang Menyatakan,


 **Aiyub Saputra**



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH
FAKULTAS EKONOMI

JALAN MUHAMMADIYAH NO. 91 BATHOH LUENG BATA
- TELEPON (0651) 21023 FAX. 21023 - 34092
BANDA ACEH 23245

Jurusan : Kewirausahaan
Program : Sarjana S-1

Banda Aceh, 24 Agustus 2024

TANDA PERSETUJUAN KOMISI UJIAN SKRIPSI

Dengan ini, kami menyatakan telah menyetujui/mengesahkan skripsi saudara:

AIYUB SAPUTRA
NPM : 2002140002

Dengan judul:

**PENGARUH EFIKASI DIRI GENERASI MILENIAL DAN MOTIVASI
TERHADAP KEPUTUSAN BERWIRAUSAHA DI BIDANG INDUSTRI
KREATIF KULINER DI KOTA BANDA ACEH**

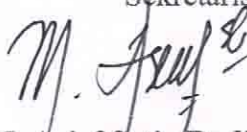
Yang telah dipertahankan di depan komisi ujian, pada tanggal 16 Juli 2024

Menyetujui / Mengesahkan :
Komisi Ujian

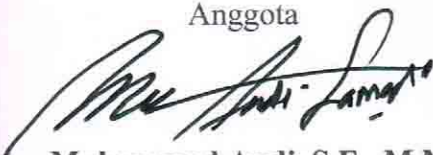
Ketua


Drs. H. Tammizi Gadeng, SE., M.Si., MM
NIK: 19700408 199401 1 001

Sekretaris


M. Arief Setia Budi, S.E., M.M
NIDN. 1324098801

Anggota

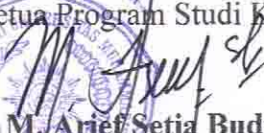

Muhammad Andi, S.E., M.M
NIDN: 1315029301

Anggota


Aida Fitri, S.E., M.M
NIDN: 1313059101

Mengetahui
Ketua Program Studi Kewirausahaan




M. Arief Setia Budi, S.E., M.M
NIDN. 1324098801

PENGARUH EFIKASI DIRI GENERASI MILENIAL DAN MOTIVASI TERHADAP KEPUTUSAN BERWIRAUSAHA DI BIDANG INDUSTRI KREATIF KULINER DI KOTA BANDA ACEH

AIYUB SAPUTRA

NPM: 2002140002

Pembimbing I : M. Arief Setia Budi, S.E., M.M.

Pembimbing II : Muhammad Andi, S.E., M.M.

ABSTRAK

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh efikasi diri generasi milenial dan motivasi terhadap keputusan berwirausaha di bidang industri kreatif kuliner di kota Banda Aceh. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Jumlah sampel penelitian ini sebanyak 30 responden. Data penelitian dikumpulkan melalui kuesioner. Pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi linier berganda, uji F dan uji t dimaksud untuk mengetahui secara simultan dan secara parsial pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen pada tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$). Hasil penelitian berdasarkan pembuktian dalam penelitian ini, efikasi diri generasi milenial secara parsial berpengaruh terhadap keputusan berwirausaha. Akan tetapi, motivasi tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan berwirausaha. Adapun secara simultan efikasi diri generasi milenial dan motivasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan berwirausaha di bidang industri kreatif kuliner di Kota Banda Aceh.

Kata Kunci : *Efikasi Diri Generasi Milenial, Motivasi, Keputusan Berwirausaha*

**THE INFLUENCE OF MILLENNIAL GENERATION SELF-EFFICACY
AND MOTIVATION ON ENTREPRENEURIAL DECISIONS
IN THE FIELD CULINARY CREATIVE INDUSTRY IN THE CITY OF BANDA
ACEH**

AIYUB SAPUTRA
Reg. No: 2002140002

Advisor I : M. Arief Setia Budi, S.E., M.M.
Advisor II : Muhammad Andi, S.E., M.M.

ABSTRACT

The aim of this research is to determine the influence of self-efficacy and motivation of the millennial generation on entrepreneurial decisions in the creative culinary industry in the city of Banda Aceh. This research method uses a quantitative approach. The total sample for this research was 30 respondents. Research data was collected through questionnaires. Hypothesis testing uses multiple linear regression analysis, F test and t test to determine the effect of the independent variable on the dependent variable simultaneously and partially at a confidence level of 95% ($\alpha = 0.05$). The results of this research are based on the evidence in this research, the self-efficacy of the millennial generation partially influences entrepreneurial decisions. However, motivation does not partially influence entrepreneurial decisions. Simultaneously, the self-efficacy and motivation of the millennial generation have a significant influence on entrepreneurial decisions in the culinary creative industry in the city of Banda Aceh.

Keywords : Millennial Generation Self-Efficacy, Motivation, Entrepreneurial Decisions

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan rahmat, hidayah, kekuatan dan kesehatan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul **“PENGARUH EFIKASI DIRI GENERASI MILENIAL DAN MOTIVASI TERHADAP KEPUTUSAN BERWIRAUSAHA DI BIDANG INDUSTRI KREATIF KULINER DI KOTA BANDA ACEH”**. Selanjutnya salawat dan salam kepada junjungan alam Nabi Besar Muhammad SAW yang telah membawa syiar islam di atas muka bumi ini.

Dalam penyelesaian skripsi ini, penulis telah berusaha semaksimal mungkin sesuai dengan kemampuan dan pengalaman yang penulis miliki. Namun penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, baik dalam isi maupun teknis penulisannya. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan adanya pandangan pikiran, berupa kritik dan saran dari berbagai pihak demi kesempurnaan penulisan ini. Pada kesempatan ini, perkenankan penulis mengucapkan ribuan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada :

1. Ayahanda dan Ibunda tercinta yang telah mendidik, membesarkan, serta mencurahkan kasih sayangnya kepada penulis guna tercapainya cita-cita dan terima kasih juga kepada saudara penulis yang telah memberikan dukungan serta kasih sayang.
2. Bapak Drs. Tarmizi Gadeng, SE, M.Si, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh
3. Bapak M. Arief Setia Budi, S.E., M.M Selaku Ketua Jurusan

Kewirausahaan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh

4. Ibu Aida Fitri, S.E., M.M selaku Sekretaris Jurusan Kewirausahaan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh
5. Bapak M. Arief Setia Budi, S.E., M.M selaku pembimbing pertama dan Bapak Muhammad Andi, S.E., M.M selaku pembimbing dua
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Muhammadiyah khususnya Staf Pengajar pada Jurusan Kewirausahaan yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis.
7. Teman-teman angkatan yang telah banyak memberikan dorongan semangat dalam penulisan skripsi ini.

Akhirnya kepada Allah SWT kita berserah diri, karena segala sesuatu tidak akan terjadi jika bukan atas kehendaknya.

Banda Aceh, 16 Juli 2024

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	8
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	10
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN.....	11
2.1 Keputusan Berwirausaha.....	11
2.1.1 Pengertian Berwirausaha	11
2.1.2 Pengertian Keputusan Berwirausaha	12
2.1.3 Aspek-Aspek Berwirausaha.....	13
2.1.4 Jenis-Jenis Berwirausaha.....	14
2.1.5 Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Berwirausaha	14
2.1.6 Indikator Keputusan Berwirausaha	15
2.2 Efikasi Diri Generasi Milenial	16
2.2.1 Pengertian Efikasi Diri Generasi Milenial.....	16
2.2.2 Indikator Efikasi Diri.....	17
2.3 Motivasi	20
2.3.1 Pengertian Motivasi.....	20
2.3.2 Aspek-aspek Motivasi	21
2.3.3 Indikator Motivasi	21
2.4 Penelitian Sebelumnya	24
2.5 Kerangka Pemikiran.....	27
2.6 Hipotesis.....	28
BAB III METODE PENELITIAN	29
3.1 Desain Penelitian.....	29
3.1.1 Lokasi dan Objek Penelitian.....	29
3.1.2 Tujuan Penelitian	30
3.1.3 Jenis Penelitian	30
3.1.4 Horizon Waktu Penelitian	30
3.1.5 Unit Analisis	31
3.2 Populasi Sampel	32
3.2.1 Populasi	32
3.2.2 Sampel	32
3.3 Sumber Dan Teknik Pengambilan Data.....	33

3.4	Definisi Dan Operasionalisasi Variabel	33
3.4.1	Definisi Variabel.....	33
3.4.2	Operasionalisasi Variabel	34
3.5	Teknik Analisis Data.....	35
3.6	Pengujian Data	35
3.6.1	Pengujian Validitas	35
3.6.2	Pengujian Reliabilitas	36
3.6.3	Pengujian Asumsi Klasik.....	37
3.6.3.1	Uji Normalitas.....	37
3.6.3.2	Uji Multikolinieritas	37
3.6.3.3	Uji Heteroskedastisitas	37
3.7	Pengujian Hipotesis.....	38
3.7.1	Uji T.....	38
3.7.2	Uji F	39
3.7.3	Koefisien Determinasi (R^2)	39
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	41
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	41
4.1.1	Karakteristik Responden.....	41
4.2	Deskriptif Variabel Penelitian.....	44
4.2.1	Variabel Keputusan Berwirausaha (Y).....	44
4.2.2	Variabel Efikasi Diri Generasi Milenial (X_1)	45
4.2.3	Variabel Motivasi (X_2)	46
4.3	Pengujian Data	47
4.3.1	Uji Validitas Instrumen	47
4.3.2	Uji Reliabilitas Instrumen.....	48
4.3.3	Uji Asumsi Klasik	49
4.3.3.1	Uji Normalitas.....	49
4.3.3.2	Uji Multikolinieritas	50
4.3.3.3	Uji Heteroskedastisitas	51
4.4	Pembahasan Hasil Penelitian	52
4.4.1	Pengujian Hipotesis	52
4.4.1.1	Koefisien Regresi.....	52
4.4.1.2	Koefisien Korelasi (R) dan Determinasi (R^2)	53
4.4.2	Uji Parsial (Uji t)	54
4.4.2.1	Variabel Efikasi Diri Generasi Milenial (X_1)	55
4.4.2.2	Variabel Motivasi (X_2).....	55
4.4.3	Uji Simultan (Uji F).....	56
4.5	Implikasi Penelitian.....	57
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	58
5.1	Kesimpulan	58
5.2	Saran.....	58
	DAFTAR PUSTAKA.....	60

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Wisatawan Asing	5
Tabel 2.1	Ringkasan Penelitian Sebelumnya	26
Tabel 3.1	Horizon Waktu	31
Tabel 3.2	Susunan Skala Interval	32
Tabel 3.3	Operasionalisasi Dan Indikator Variabel	34
Tabel 4.1	Jenis Kelamin Responden	41
Tabel 4.2	Usia Responden.....	42
Tabel 4.3	Status Responden	42
Tabel 4.4	Tingkat Pendidikan Responden.....	43
Tabel 4.5	Lama Berwirausaha Dalam Bidang Kuliner	43
Tabel 4.6	Persepsi Berdasarkan Interval Skor	44
Tabel 4.7	Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Berwirausaha	44
Tabel 4.8	Distribusi Frekuensi Variabel Efikasi Diri Generasi Milenial	45
Tabel 4.9	Distribusi Frekuensi Variabel Motivasi	46
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian.....	48
Tabel 4.11	Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Penelitian.....	49
Tabel 4.12	Hasil Uji Multikolinearitas.....	51
Tabel 4.13	Hasil Analisis Regresi Berganda.....	52
Tabel 4.14	Model Summary	53
Tabel 4.15	Annova	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	27
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas	50
Gambar 4.2 Hasil Pengujian Heteroskedastisitas	51

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	: Kuesioner	62
Lampiran II	: Tabulasi Data Penelitian	64
Lampiran III	: Karakteristik Frekuensi Responden	65
Lampiran IV	: Distribusi Frekuensi Jawaban Responden	66
Lampiran V	: Hasil Uji Validitas Dan Reabilitas.....	70
Lampiran VI	: Regresion	73
Lampiran VII	: Tabel r, Tabel t Dan Tabel F Pada Tingkat 95 %	75

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri kreatif merupakan suatu proses menciptakan ide dan kreativitas yang dilakukan oleh individu maupun sekelompok orang untuk menghasilkan sebuah karya yang nantinya dijadikan produk yang memiliki nilai jual. Produk industri kreatif ini diharapkan bisa menghasilkan keuntungan atau profit dengan tidak mengeksploitasi sumber daya alam yang berupa komponen biotik (hewan, tumbuhan dan mikroben) dan komponen abiotik (minyak bumi, gas alam, logam, air dan tanah). Kegiatan industri kreatif berhubungan dengan penciptaan atau penggunaan pengetahuan, teknologi dan informasi. Dalam mengembangkan industri kreatif perlu adanya kerjasama di antara pemerintah, pelaku industri, masyarakat, dan generasi milenial.

Industri kuliner adalah sektor ekonomi yang berkaitan dengan produksi, penjualan, dan konsumsi makanan dan minuman. Ini mencakup segala hal mulai dari restoran, kafe, hingga layanan pengiriman makanan, serta produsen bahan makanan dan minuman. Industri kuliner sangat bervariasi dan terus berkembang, mencakup berbagai gaya, cita rasa, dan tren kuliner.

Generasi milenial yaitu generasi yang lahir pada 1984-1999 (saat ini berusia 24-39 tahun) atau disebut dengan generasi Y bukan generasi Z. Usia 24-39 tahun merupakan usia produktif sehingga generasi milenial akan menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia.

Generasi milenial memiliki beberapa kelebihan, dimana memiliki gerak yang lebih cepat dalam menggunakan teknologi dan internet. Generasi milenial

memiliki wawasan yang luas dan selalu ingin tahu dikarenakan mereka lahir di era informasi sehingga memiliki rasa keingintahuan yang tinggi dan sangat menyukai keterbukaan. Generasi milenial banyak berinteraksi dengan perkembangan teknologi, di antaranya adalah *e-commerce*. Berdasarkan data Statistik *market insights*, jumlah pengguna *e-commerce* di Indonesia mencapai 178,94 juta orang pada 2022. Jumlahnya pun diproyeksikan mencapai 196,47 juta pengguna hingga akhir 2023. Generasi milenial ini mampu dalam menghadapi perubahan mengingat dunia bisnis saat ini yang serba cepat terhadap tantangan dan perubahan sehingga dapat membantu mereka berkembang dalam lingkungan kerja yang dinamis maupun dalam industri kreatif.

Generasi milenial juga memiliki kekurangan, yaitu ketidaksabaran yang bisa mengakibatkan terburu-buru mengerjakan sesuatu yang tidak memperhatikan detail, generasi milenial terlalu bergantung terhadap jaringan yang kuat termasuk keluarga, sehingga generasi milenial mengalami kesulitan dalam kemandirian ditempat kerja dan membutuhkan lebih banyak bimbingan dan pengawasan dibandingkan generasi sebelumnya.

Generasi milenial diharapkan dapat memberi kontribusi untuk menciptakan lapangan pekerjaan. Hal ini didasari oleh bertambahnya penduduk Indonesia berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah penduduk Indonesia diproyeksikan sebanyak 278,8 juta jiwa pada 2023. Jumlah tersebut naik 1,1% dibandingkan pada tahun lalu yang sebanyak 275,7 juta jiwa, dengan bertambah jumlah populasi penduduk di Indonesia akan mengakibatkan kenaikan angka pengangguran di usia produktif, kemiskinan, dan lahan pertanian berkurang. Kenaikan tersebut juga akan mempengaruhi pada sempitnya ketersediaan

lapangan pekerjaan. Oleh karena itu diperlukan generasi milenial untuk mencari solusi agar bisa mengatasinya, di antaranya yaitu dengan berwirausaha dan mengajari platform-platform digital ataupun platform *marketplace*. Dengan adanya generasi milenial sangat potensial mengingat bahwa generasi tersebut sangat dekat dengan teknologi dan internet, sehingga dapat digunakan untuk media berbisnis sebagai alat pemasaran dan mempromosikan produk.

Berwirausaha adalah tindakan atau proses seseorang yang mengorganisir, mengelola, dan menjalankan usaha sendiri dengan mengambil risiko untuk mendapatkan keuntungan. Ini melibatkan kemampuan untuk mengidentifikasi peluang, mengalokasikan sumber daya seperti tenaga kerja dan modal, serta mengelola berbagai aspek bisnis untuk mencapai kesuksesan. Berwirausaha adalah orang yang mengambil risiko dalam menggabungkan faktor-faktor produksi untuk menciptakan produk atau jasa baru. Berwirausaha adalah agen perubahan ekonomi yang memperkenalkan inovasi baru dalam bentuk produk, proses produksi, pasar, atau organisasi bisnis.

Konsep kemampuan wirausaha adalah seorang pengusaha membeli barang saat ini pada harga tertentu dan menjualnya pada masa yang akan datang dengan harga tidak menentu. Wirausaha adalah seseorang yang memiliki jiwa dan kemampuan tertentu dalam berkreasi dan berinovasi yang memiliki kemampuan untuk menciptakan yang baru dan berbeda atau kemampuan kreatif dan inovatif.

Industri kreatif memberikan peluang dan kesempatan yang besar bagi generasi milenial untuk terlibat menjadi bagian didalamnya mengingat generasi milenial ini mampu dalam menghadapi perubahan dunia bisnis saat ini yang serba cepat terhadap tantangan dan perubahan. Akan tetapi di sisi lain, berdasarkan pada

hasil survei BPS tahun 2017 diketahui bahwa generasi milenial yang berwirausaha sebanyak 24,33%, sementara generasi milenial yang bekerja dengan status buruh, karyawan, dan pegawai sebanyak 52,70%. Rendahnya persentase generasi milenial yang menjadi wirausaha menunjukkan minat wirausaha yang masih rendah dikarenakan beberapa faktor antara lain yaitu kurang pengalaman dan ketidakberanian mengambil resiko.

Industri kuliner merupakan salah satu dari 14 subsektor industri kreatif di Indonesia. Dimana subsektor ini dapat diartikan sebagai pembuatan kuliner khas daerah serta pemasaran produk tersebut di Indonesia. Masuknya industri kuliner ke dalam industri kreatif juga dapat diartikan adanya nilai tambah produk yang diberikan lewat kreativitas yang dimiliki oleh pelaku industri kuliner, seperti kreasi cara pengolahan, resep, dan cara penyajian.

Industri kuliner ini merupakan salah satu subsektor industri kreatif yang tengah mengalami perkembangan yang cukup pesat. Berdasarkan data dari Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf), Indonesia disebutkan bahwa dari total kontribusi perekonomian kreatif pada tahun 2020 terhadap PDB Indonesia industri kuliner berkontribusi sebesar 7,4% dari Rp 1.100 triliun. Hal ini memperlihatkan bahwa industri kuliner merupakan salah satu subsektor utama dari industri kreatif. Hal ini dapat dibuktikan dimana Industri kuliner merupakan salah satu dari tiga subsektor unggulan dari industri kreatif yang terus dikembangkan oleh Kementerian Perindustrian selain fashion dan kerajinan. Selain menjadi fokus bagi Kementerian Perindustrian, industri kuliner juga merupakan salah satu dari enam subsektor ekonomi kreatif unggulan Aceh yang pernah ditampilkan di Pekan Raya Aceh (PRICA), di kota Banda Aceh pada tanggal 10 hingga 12 Maret 2023.

Adapun enam subsektor yang menjadi subsektor ekonomi kreatif unggulan Aceh yang pernah ditampilkan di Pekan Raya Aceh (PRICA), yaitu fashion, kuliner, musik, seni rupa, seni pertunjukkan, dan kerajinan tangan.

Aceh merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang terkenal akan kekayaan kulinernya. Kuliner seperti makanan khas dari daerah Aceh ini sudah terkenal kelezatannya. Kekayaan kuliner Aceh ini merupakan salah satu daya tarik bagi para wisatawan untuk datang ke Aceh.

Tabel 1.1
Jumlah Wisatawan Asing.

Tahun	Wisatawan Mancanegara	Wisatawan Nusantara	Jumlah Wisatawan	Kenaikan (%)
2019	107.037	2.529.879	2.636.916	5,55%
2020	21.322	1.336.163	1.357.485	- 48,52%
2021	1.748	1.458.238	1.459.986	7,55%
2022	5.752	1.710.171	1.715.923	17,53%

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Aceh (2022).

Berdasarkan tabel 1.1 diatas menunjukkan bahwa jumlah wisatawan yang berkunjung ke Aceh dari tahun 2019 sampai tahun 2022. Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa secara keseluruhan adanya peningkatan jumlah wisatawan yang datang ke Aceh, kecuali pada tahun 2020. Selain wisatawan mancanegara, Aceh juga banyak dikunjungi oleh wisatawan dalam negeri. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS). Diperlihatkan bahwa jumlah wisatawan yang mengunjungi Aceh mengalami peningkatan dalam dua tahun terakhir. Pada tahun 2021 terdapat sebanyak 1.459.986 orang wisatawan yang mengunjungi Aceh. Sedangkan pada tahun 2022 terdapat sebanyak 1.715.923 orang wisatawan yang mengunjungi Aceh. Hal tersebut menunjukkan bahwa pengunjung atau wisatawan yang datang ke Aceh mengalami peningkatan.

Peningkatan jumlah wisatawan asing maupun wisatawan dalam negeri yang berkunjung ke Aceh dapat dijadikan sebagai peluang untuk meningkatkan pendapatan. Melalui industri kuliner, generasi milenial dapat mengambil peluang untuk meningkatkan pendapatannya. Usaha yang dapat dilakukan oleh generasi milenial yaitu dengan membuat makanan khas Aceh sebagai oleh-oleh bagi para wisatawan. Hal ini dikarenakan ketika mengunjungi suatu daerah para wisatawan cenderung suka mencari oleh-oleh khas dari daerah yang dikunjungi.

Generasi milenial perlu membangun kepercayaan diri atau efikasi agar generasi milenial yakin dan berani mengambil sebuah keputusan berwirausaha. Efikasi diri akan menjadikan seseorang yakin untuk menentukan seberapa besar keyakinan mengenai kemampuan yang dimiliki oleh setiap individu untuk melakukan proses mengambil sebuah keputusan sehingga dapat mencapai hasil yang optimal. Efikasi diri berwirausaha yang tinggi pada seseorang akan membangkitkan komitmennya dalam menggapai tujuan dengan berusaha menyelesaikan berbagai tugas atau rintangan berwirausaha. Pikiran individu terhadap efikasi diri menentukan seberapa besar usaha yang akan dicurahkan dan seberapa lama individu akan tetap bertahan dalam menghadapi hambatan atau pengalaman yang tidak menyenangkan. Seluruh kemampuan efikasi diri meliputi faktor kognitif (efikasi diri berwirausaha) dan sifat kepribadian (proaktif dan kreativitas) dapat membantu dalam mengeksplorasi potensi kewirausahaan terhadap peluang untuk lingkungan kewirausahaan yang berkelanjutan. Efikasi diri akan berkembang secara terus-menerus seiring meningkatnya kemampuan dan bertambahnya pengalaman-pengalaman. Menurut penelitian yang terdahulu mengemukakan bahwa efikasi diri adalah kesungguhan bahwa seseorang

mempunyai kemampuannya dalam mencapai tujuan. Rasa kepercayaan diri sangat diperlukan didalam melakukan suatu usaha karena jika seseorang sudah yakin akan kemampuan yang dimilikinya maka usaha tersebut juga akan mudah berhasil dibandingkan dengan orang yang tidak memiliki keyakinan akan kemampuan dirinya maka keberhasilan yang akan diperoleh akan sangat kecil bahkan bisa jadi mengalami kegagalan (Meirani & Lestari, 2022).

Setelah generasi milenial memiliki efikasi diri, mereka juga perlu adanya motivasi diri agar generasi milenial berani menghadapi kegagalan, kegagalan adalah bagian dari proses membangun usaha, motivasi dapat membantu generasi milenial untuk tetap optimis dan belajar dari kegagalan yang mereka alami. Selain berani menghadapi kegagalan, dengan adanya motivasi juga dapat mendorong generasi milenial untuk berpikir kreatif dan inovatif dalam mengembangkan usaha mereka, sehingga dapat bersaing dengan lebih baik di pasar.

Motivasi adalah keadaan yang mendorong, menggerakkan dan mengarahkan keinginan individu untuk melakukan kegiatan kewirausahaan, dengan cara mandiri, percaya pada diri sendiri, berorientasi ke masa depan, berani mengambil resiko, kreatif dan menilai tinggi hasrat inovasi. Menurut penelitian yang terdahulu mengemukakan bahwa motivasi mendorong individu untuk mengembangkan ide-ide baru dan menggunakan sumber daya yang ada dengan cara yang inovatif. Motivasi berwirausaha bisa bervariasi antara individu, tetapi beberapa motivasi umum termasuk keinginan untuk menjadi mandiri, meraih kebebasan finansial, mengembangkan ide kreatif, memperluas jaringan sosial dan profesional, serta menciptakan dampak positif dalam masyarakat (Syahid & Apriyanti, 2019).

Secara kasat mata hal inilah yang diprediksi tidak sepenuhnya dimiliki oleh generasi milenial. Generasi milenial diharapkan sudah memiliki minat dan juga keinginan untuk mulai berwirausaha, namun masih di temukan generasi milenial yang belum memiliki perencanaan memulai usaha. Adapun realitas yang terjadi sekaligus menjadi fenomena dalam penelitian ini, yaitu masih ada generasi milenial yang kurang memahami dalam memulai usaha terbatasnya modal dari segi finansial dan segi lainnya, dan minimnya generasi milenial yang menjalankan bisnis dengan konsisten.

Berdasarkan gejala – gejala yang peneliti temukan bahwa pengetahuan generasi milenial tentang dunia usaha bukan satu – satunya faktor utama yang dapat menimbulkan minat seseorang dalam berbisnis melainkan ada faktor lain antara lain adalah efikasi diri, dan motivasi yang menurut beberapa penelitian terdahulu mempengaruhi minat seseorang untuk memulai usaha.

Berdasarkan hal tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **Pengaruh Efikasi Diri Generasi Milenial dan Motivasi terhadap Keputusan Berwirausaha di Bidang Industri Kreatif Kuliner di Kota Banda Aceh.**

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka permasalahan yang akan diteliti adalah :

1. Apakah efikasi diri generasi milenial berpengaruh secara parsial terhadap keputusan berwirausaha di bidang industri kreatif kuliner di Kota Banda Aceh?
2. Apakah motivasi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan berwirausaha di bidang industri kreatif kuliner di Kota Banda Aceh?

3. Apakah efikasi diri generasi milenial dan motivasi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan berwirausaha di bidang industri kreatif kuliner di Kota Banda Aceh?.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial efikasi diri generasi milenial terhadap keputusan berwirausaha di bidang industri kreatif kuliner di Kota Banda Aceh.
2. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial motivasi terhadap keputusan berwirausaha di bidang industri kreatif kuliner di Kota Banda Aceh.
3. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial efikasi diri generasi milenial dan motivasi terhadap keputusan berwirausaha di bidang industri kreatif kuliner di Kota Banda Aceh.

1.4 Manfaat Penelitian

Secara umum manfaat penelitian ini:

1. Manfaat Terioritis
 - a) Bagi peneliti adalah sebagai referensi untuk perkembangan ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan berwirausaha.
 - b) Bagi pihak pengusaha di bidang industri kreatif kuliner adalah sebagai masukan dan informasi tambahan dalam menjalankan usaha.
 - c) Bagi masyarakat adalah sebagai penambah wawasan dalam berwirausaha.
 - d) Bagi pihak lain adalah sebagai referensi dan bahan bacaan.

2. Manfaat Praktis

Dengan adanya penelitian mengenai sejauh mana pengaruh efikasi diri generasi milenial dan motivasi terhadap keputusan berwirausaha di bidang industri kreatif kuliner di Kota Banda Aceh, maka akan diketahui faktor-faktor apa saja yang bisa mempengaruhi keputusan berwirausaha secara signifikan, untuk selanjutnya digunakan sebagai salah satu dasar pertimbangan dalam pengambilan keputusan. Sekaligus sebagai saran dan masukan kepada industri kreatif kuliner di Kota Banda Aceh dalam hal pemerhatian tingkat kepuasan konsumen, pemberian efikasi dan motivasi yang optimal terhadap generasi milenial.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Dalam penelitian ini, masalah yang dibatasi hanya fokus terhadap efikasi diri generasi milenial dan motivasi terhadap keputusan berwirausaha di bidang industri kreatif kuliner di Kota Banda Aceh.

BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

2.1 Berwirausaha

2.1.1 Pengertian Berwirausaha

Sukardi (2023), mengemukakan bahwa wirausaha adalah seorang pengusaha yang selalu menunjukkan bahwa dia adalah seorang penemu yang mengenali segala sesuatu dan memahami berbagai kemungkinan. Menurut Kifly (2024), wirausaha adalah seorang pembuat keputusan yang membantu terbentuknya sistem ekonomi suatu perusahaan. Namun Misnawati et. al. (2022), mengemukakan dua pendapat tentang pengertian wirausaha: pendapat yang pertama wirausaha adalah individu yang mengambil risiko dengan mendirikan dan mengelola usaha atau bisnis, biasanya dengan tujuan untuk menghasilkan keuntungan. Berwirausaha melibatkan kemampuan untuk mengidentifikasi peluang, mengumpulkan sumber daya, dan mengelola secara efektif untuk mencapai tujuan bisnis. Pendapat yang kedua, wirausahawan adalah orang yang memiliki kemampuan untuk mengkoordinasikan, mengatur, dan mengendalikan serta berani mengambil risiko yang diperlukan dan mengoperasikan bisnis.

Menurut Safitri (2020), kewirausahaan adalah sebuah proses dari seseorang secara individu atau kelompok yang sedang berjuang untuk membuat hal yang baru, tidak tergantung pada sumber daya yang digunakan saat ini. Hal untuk mengidentifikasi peluang dan menciptakan nilai memenuhi kebutuhan dan keinginan seseorang secara individu atau kelompok.

2.1.2 Pengertian Keputusan Berwirausaha

Menurut Sudirman, et al., (2022), berwirausaha adalah individu yang memutuskan mengoperasikan usaha dengan melakukan segala upaya untuk mengembangkan perusahaan yang mereka miliki pada kesempatan tertentu dengan terus tumbuh dari masa ke masa. Menurut Nurcahyono, et al., (2021: 70), mengemukakan bahwa keputusan berwirausaha merupakan cara yang dilakukan individu atau kelompok pelaku usaha untuk mencari alternatif serta peluang usaha dalam kegiatan ekonomi untuk menemukan perkembangan atau minat yang diminati sehingga nantinya akan menghasilkan suatu produk jasa maupun dagang dengan segala resiko yang menghadang untuk memperoleh keuntungan demi terciptanya kesejahteraan hidup dimasa depan yang akan datang.

Menurut Azizah & Aeni (2020), pengambilan keputusan merupakan bagian yang paling penting bagi pengusaha dalam menjalankan sebuah bisnis. Menurut Jehan, et al., (2019), pengambilan keputusan adalah proses menentukan solusi dari beberapa pilihan yang ada. Pengambilan keputusan adalah bagian penting dalam menjalankan sebuah bisnis. Dalam pengambilan melibatkan beberapa risiko jika keputusan dibuat secara tidak tepat. Menurut Aji, et al., (2020), pengambilan keputusan adalah bagian penting dari dalam menjalankan sebuah bisnis. Keputusan yang tepat akan mengarah pada realisasi tujuan dan mengurangi resiko. Seseorang akan memutuskan untuk berwirausaha secara mandiri berdasarkan intuisi, pengalaman, fakta, otoritas dan prinsip dasar yang terjadi di lapangan.

Berdasarkan berbagai pendapat yang menyatakan pengertian dari keputusan berwirausaha, maka penulis menyimpulkan bahwa keputusan

berwirausaha adalah keputusan yang diambil oleh seorang wirausahawan dalam menjalankan usahanya. Keputusan ini meliputi berbagai aspek, seperti pemilihan produk atau jasa yang akan ditawarkan, penetapan harga, strategi pemasaran, manajemen keuangan, pengelolaan sumber daya manusia, hingga pengambilan keputusan strategis untuk mengembangkan bisnis. Keputusan berwirausaha harus diambil dengan cermat dan strategis untuk mencapai tujuan bisnis yang diinginkan.

2.1.3 Aspek-Aspek Berwirausaha

Berwirausaha melibatkan sejumlah aspek yang mencakup berbagai bidang. Menurut Supandi, & Burhanudin., (2024), ada 3(tiga) aspek berwirausaha, yaitu sebagai berikut:

1. Faktor Internal

Faktor internal merupakan faktor yang berasal dalam jiwa seorang. Faktor internal yang dapat mendorong keinginan berwirausaha seseorang adalah motivasi.

2. Faktor Eksternal

Faktor eksternal adalah aspek yang bermula sejak luar diri seseorang atau dari lingkungan sekitar individu tersebut. Faktor eksternal tersebut adalah: Dukungan dari keluarga dan teman, dan pengalaman berwirausaha.

3. Faktor Pendidikan

Melaksanakan cara pengkajian tentang ilmu-ilmu kewirausahaan yang meningkatkan generasi milenial yang matang serta berpotensi dalam membangun usaha.

2.1.4 Jenis-Jenis Berwirausaha

Menurut Hasan, et. al., (2021), jenis wirausaha dapat dibedakan menjadi empat menurut profilnya, yaitu sebagai berikut:

1. *Part-time entrepreneurship* ialah wirausaha yang menjalankan usahanya hanya setengah waktu sebagai pengusaha.
2. *Home-base new ventures* merupakan usaha dimulai dari rumah/tempat tinggal. Bisnis ini bisa dikerjakan dengan serius atau full time. Saat ini banyak rumah yang dijadikan sebagai tempat usaha tingkat UMKM.
3. *Family owned-business* adalah usaha yang dimulai dari rumah/milik anggota keluarga secara turun-temurun. Keluarga bisnis juga bertujuan untuk meningkatkan jumlah pengusaha di Indonesia.
4. *Copreneurs* merupakan perusahaan yang dikelola oleh dua orang pengusaha yang bekerja sama sebagai pemilik dan bersama-sama mengelola perusahaannya. Perusahaan perusahaan biasanya sah dan dijalankan secara profesional.

2.1.5 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Berwirausaha

Ratri (2023), mengemukakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan berwirausaha, yaitu sebagai berikut:

1. Motivasi

Motivasi adalah alasan atau dorongan yang mendorong seseorang untuk melakukan suatu tindakan atau perilaku tertentu.

2. Sumber Daya

Sumber daya adalah hal yang dimiliki atau dapat diakses oleh seseorang atau organisasi untuk mencapai tujuan tertentu.

3. Jaringan Sosial

Jaringan sosial adalah hubungan atau interaksi yang terjalin antara seseorang atau organisasi dengan orang atau organisasi lain dalam suatu sistem sosial.

4. Gender

Gender adalah perbedaan dan kesetaraan antara laki-laki dan perempuan yang dibentuk, dipertahankan, dan diubah oleh faktor biologis, psikologis, sosial, budaya, dan politik.

2.1.6 Indikator Keputusan Berwirausaha

Indikator berwirausaha adalah parameter atau tanda yang digunakan untuk mengukur tingkat aktivitas dan kesuksesan seorang wirausahawan atau kegiatan wirausaha. Menurut Nurdwiratno, et. al., (2023) indikator keputusan berwirausaha ada 3 (tiga), yaitu sebagai berikut:

1. Memilih jalur usaha daripada bekerja dengan orang lain,
2. Memilih karir sebagai wirausaha,
3. Membuat perencanaan untuk memulai usaha.

Menurut Syahputra (2020), indikator keputusan berwirausaha ada 4(empat) yaitu,

1. Perhatian

Generasi milenial yang memiliki perhatian yang tinggi terhadap berwirausaha cenderung lebih mungkin untuk mengambil langkah-langkah untuk memulai usaha mereka sendiri.

2. Rasa senang

Generasi milenial yang merasa senang dan puas dengan aktivitas wirausaha cenderung lebih termotivasi untuk terus berinovasi dan mengembangkan usaha mereka.

3. Ketertarikan

Ketertarikan yang kuat terhadap dunia bisnis dan kemampuan untuk melihat peluang-peluang baru.

4. Keinginan

Keinginan yang kuat untuk menjadi seorang wirausaha, keinginan ini bisa berasal dari berbagai motivasi, seperti keinginan untuk mandiri, mencapai kesuksesan finansial, atau bahkan untuk menciptakan perubahan positif dalam masyarakat melalui bisnis.

Berdasarkan pendapat para ahli di atas maka peneliti menyimpulkan bahwa yang digunakan dalam penelitian ini, mereduksi pendapat yang dikemukakan oleh Syahputra (2020), dikarenakan yang paling relevan dengan penelitian ini.

2.2 Efikasi Diri Generasi Milenial

2.2.1 Pengertian Efikasi Diri Generasi Milenial

Menurut Munawar (2019), mengemukakan bahwa efikasi diri merupakan penilaian diri apakah individu dapat melakukan tindakan yang baik atau buruk, tepat atau salah, bisa atau tidak bisa mengerjakan sesuai dengan yang dipersyaratkan. Menurut Meirani & Lestari (2022), mengemukakan bahwa efikasi diri adalah kesungguhan bahwa seseorang mempunyai kemampuannya dalam mencapai tujuan. Rasa kepercayaan diri sangat diperlukan didalam melakukan suatu usaha karena jika seseorang sudah yakin akan kemampuan yang dimilikinya maka usaha tersebut juga akan mudah berhasil dibandingkan dengan orang yang tidak memiliki keyakinan akan kemampuan dirinya maka keberhasilan yang akan diperoleh akan sangat kecil bahkan bisa jadi mengalami kegagalan.

Menurut Nugroho & Sulistyowati (2020), mengemukakan bahwa efikasi diri bisa menumbuhkan minat berwirausaha mahasiswa dan mahasiswa dituntut untuk dapat memiliki keyakinan dan kepercayaan akan kemampuan yang dimilikinya untuk bisa menyelesaikan tugasnya dan dapat bertanggungjawab dengan apa yang sudah dilakukannya yakin dan percaya dengan kemampuannya sendiri agar dapat menyelesaikan semua tugas dan dapat bertanggung jawab dengan apa yang sedang dilakukannya. Menurut Nabilah & Kurniawan (2022), mengemukakan bahwa efikasi diri adalah kepercayaan diri pada diri seseorang yang menonjol dan sangat dibutuhkan dalam menumbuhkan ketertarikan siswa dalam melaksanakan kegiatan bisnis atau usaha.

Menurut Gunawan (2022), Generasi milenial merupakan kelompok demografi yang lahir sekitar awal 1980-an hingga pertengahan 1990-an hingga awal 2000-an. Mereka sering diidentifikasi dengan karakteristik seperti penggunaan teknologi yang luas, sikap yang terbuka terhadap perubahan, dan nilai-nilai sosial yang berbeda dari generasi sebelumnya.

Berdasarkan berbagai pendapat yang menyatakan pengertian dari efikasi diri generasi milenial, maka penulis menyimpulkan bahwa efikasi diri generasi milenial adalah keyakinan dalam kemampuannya untuk berhasil mencapai hasil-hasil yang mereka inginkan dan keyakinan dalam mengatasi tantangan dalam kehidupan, pekerjaan, dan pendidikan mereka.

2.2.2 Indikator Efikasi Diri Generasi Milenial

Indikator efikasi diri berwirausaha mengacu pada keyakinan individu terhadap kemampuannya untuk berhasil dalam berwirausaha. Menurut Minah & Soelaiman (2024), ada 6 (enam) indikator efikasi diri generasi milenial, yaitu sebagai berikut:

1. Keyakinan mengidentifikasi peluang bisnis.

Keyakinan dalam mengidentifikasi peluang bisnis sangat penting karena membantu dalam mengambil keputusan yang tepat dan meningkatkan keyakinan untuk mengambil langkah untuk meraih kesuksesan.

2. Keyakinan mampu berpikir secara kreatif.

Keyakinan dalam kemampuan untuk berpikir kreatif sangat penting dalam dunia bisnis karena seringkali menjadi kunci untuk menghasilkan solusi yang inovatif dan dapat memenangkan persaingan.

3. Keyakinan mengkomersilkan ide.

Keyakinan dalam mengkomersilkan ide sangat penting. Keyakinan yang kuat akan ide-ide akan membantu meyakinkan orang lain, termasuk calon investor atau konsumen, untuk membeli atau mendukung ide tersebut.

4. Keyakinan mengembangkan kewirausahaan.

Keyakinan dalam mengembangkan kewirausahaan juga sangat penting. Keyakinan yang kuat akan membantu melewati tantangan dan kegagalan yang mungkin dihadapi dalam perjalanan menjadi seorang wirausaha.

5. Kesiapan diri untuk menjadi wirausaha.

Kesiapan untuk menjadi seorang wirausaha melibatkan berbagai faktor, diantaranya perlu memiliki visi yang jelas tentang bisnis yang ingin dibangun dan mengapa ingin membangun bisnis tersebut.

6. Keyakinan untuk memulai bisnis.

Keyakinan untuk memulai bisnis adalah kunci untuk mengatasi ketakutan dan ketidakpastian yang seringkali muncul di awal perjalanan kewirausahaan.

Menurut Etiono, et. al., (2024), ada 4 (empat) indikator efikasi diri generasi milenial, yaitu sebagai berikut:

1. Inovasi.

Berani menciptakan sesuatu yang baru, baik itu produk, layanan, proses, atau metode yang lebih efektif atau efisien.

2. Berani mengambil resiko.

Berani mengambil risiko merupakan salah satu kunci utama dalam berwirausaha. Berani mengidentifikasi peluang yang bernilai tinggi meskipun berisiko, serta kemauan untuk mengambil langkah-langkah tindakan untuk mengejar peluang tersebut.

3. Tekun Berusaha.

Tidak mudah menyerah saat menghadapi kegagalan, tetapi justru belajar dari pengalaman tersebut dan terus beradaptasi untuk mencapai kesuksesan.

4. Kemandirian.

Kemampuan untuk mengambil keputusan secara mandiri, mengelola waktu dan sumber daya dengan efisien, serta memiliki kemampuan problem-solving yang baik. Dengan kemandirian yang kuat, wirausaha dapat mengatasi tantangan yang mungkin timbul dalam menjalankan bisnis dan meraih kesuksesan.

Berdasarkan pendapat para ahli di atas maka peneliti menyimpulkan bahwa yang digunakan dalam penelitian ini, mereduksi pendapat yang dikemukakan oleh Minah & Soelaiman (2024), dikarenakan yang paling relevan dengan penelitian ini.

2.3 Motivasi

2.3.1 Pengertian Motivasi

Menurut Syahid & Apriyanti (2019), motivasi mendorong individu untuk mengembangkan ide-ide baru dan menggunakan sumber daya yang ada dengan cara yang inovatif. Motivasi berwirausaha bisa bervariasi antara individu, tetapi beberapa motivasi umum termasuk keinginan untuk menjadi mandiri, meraih kebebasan finansial, mengembangkan ide kreatif, memperluas jaringan sosial dan profesional, serta menciptakan dampak positif dalam masyarakat. Menurut Gerungan dalam (Lubis & Maha, 2021, 50–61), motivasi adalah dorongan dalam diri generasi milenial, dengan adanya motivasi yang kuat menjadikan generasi milenial termotivasi dan memutuskan untuk berwirausaha. Srimulyani & Hermanto (2021), juga memberikan pendapat tentang motivasi, motivasi seseorang generasi milenial dapat mempengaruhi niat dan keputusan wirausaha untuk memulai bisnis dan mempengaruhi proses inovasi serta kinerja dan kesuksesan bisnis.

Menurut Sefudin, et. al., (2023), motivasi adalah keadaan kejiwaan dan sikap mental generasi milenial yang memberikan energi, yang mendorong kegiatan, serta menyalurkan perilaku kearah pencapaian kepuasan atau mengurangi ketidakseimbangan. Menurut Marlina, et. al., (2024), motivasi berwirausaha merupakan keinginan yang mempengaruhi kemauan individu sehingga mendorong seseorang untuk memulai usahanya.

Berdasarkan berbagai pendapat yang menyatakan pengertian dari motivasi, maka penulis menyimpulkan bahwa motivasi adalah dorongan internal yang mendorong seseorang untuk memulai, mengembangkan, dan mempertahankan usaha atau bisnis.

2.3.2 Aspek-aspek Motivasi

Aspek-aspek motivasi sangat beragam dan dapat mempengaruhi keberhasilan dan keberlanjutan seorang. Menurut Khoiri, et. al., (2023), ada 4(empat) aspek motivasi, yaitu sebagai berikut:

- 1) Setiap perasaan atau keinginan yang mempengaruhi kemauan generasi milenial, sehingga generasi milenial tersebut terdorong untuk membangun usaha.
- 2) Pengaruh kegiatan yang menimbulkan perilaku generasi milenial.
- 3) Setiap tindakan atau kejadian yang menyebabkan berubahnya perilaku generasi milenial.
- 4) Proses dalam yang menentukan gerakan atau tingkah laku generasi milenial kepada tujuan (goals).

2.3.3 Indikator Motivasi

Indikator motivasi adalah tanda atau faktor-faktor yang dapat diamati atau diukur untuk menunjukkan tingkat motivasi seseorang dalam mencapai tujuan atau melakukan suatu aktivitas. Menurut Limbak, et. al. (2023), ada 3 (tiga) indikator motivasi, yaitu sebagai berikut:

1. Motivasi Material.
Dorongan atau keinginan yang mendorong untuk mencapai kekayaan atau kesuksesan.
2. Motivasi Rasional-Intelektual.
Dorongan atau keinginan yang mendorong untuk bertindak berdasarkan pertimbangan yang logis, objektif, dan pada pemikiran yang rasional.
3. Motivasi Emosional-Sosial.
Dorongan atau keinginan yang mendorong untuk bertindak berdasarkan perasaan dan hubungan sosial dengan pesaing.

Menurut Ferli (2023), ada 5 (lima) indikator motivasi, yaitu sebagai berikut:

1. Percaya diri.

Percaya diri juga membantu mengatasi rasa takut atau keraguan yang bisa menghambat dalam membangun usaha.

2. Inovatif.

Mencari cara baru dan kreatif untuk memotivasi diri sendiri dan para pekerja.

Untuk menciptakan sistem insentif yang baru, menggabungkan teknologi untuk memantau kemajuan, dan untuk membangun semangat para pekerja.

3. Kepimimpinan.

Kemampuan untuk menginspirasi dan memotivasi para pekerja untuk mencapai tujuan bersama.

4. Efektif dan efisien.

Untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai, memilih strategi motivasi yang sesuai dengan situasi, mengelola sumber daya dengan bijaksana, dan mencapai hasil yang optimal.

5. Berorientasi pada masa depan.

Berorientasi pada masa depan memiliki semangat dan tekad yang tinggi untuk mencapai tujuan, serta mampu memotivasi diri sendiri dan para pekerja dengan cara yang memandang ke depan, mengabaikan halangan dan rintangan yang mungkin muncul dalam membangun usaha.

Berdasarkan pendapat para ahli di atas maka peneliti menyimpulkan bahwa yang digunakan dalam penelitian ini, mereduksi pendapat yang dikemukakan oleh Ferli (2023), dikarenakan yang paling relevan dengan penelitian ini.

2.4 Penelitian Sebelumnya

Hubungan yang terbentuk antara efikasi diri generasi milenial terhadap keputusan berwirausaha dapat ditinjau pada beberapa penelitian berikut, Hapsari & Salima (2023), dengan penelitiannya yang berjudul, Efikasi Diri Generasi

Milenial dan Keputusan Berwirausaha di Bidang Ekonomi Kreatif. Tujuan penelitian tersebut adalah untuk menguji dan menganalisis peran efikasi diri generasi milenial dalam berwirausaha di bidang ekonomi kreatif. Populasi penelitian tersebut adalah menggunakan metode *survey*, yaitu dengan cara membagikan kuesioner kepada 150 responden. Sampel penelitian tersebut adalah menggunakan teknik *purposive sampling* atau pemilihan sampel dengan kriteria tertentu. Hasil penelitian tersebut adalah menunjukkan bahwa efikasi diri generasi milenial berpengaruh terhadap keputusan berwirausaha di bidang ekonomi kreatif. Semakin tinggi efikasi diri generasi milenial maka keputusan untuk berwirausaha di bidang ekonomi kreatif akan semakin meningkat. Sebaliknya, jika efikasi diri generasi milenial semakin rendah maka keputusan untuk berwirausaha di bidang ekonomi kreatif juga akan mengalami penurunan.

Penelitian yang dilakukan oleh Damanik & Purba (2021), yang berjudul, *The Effect of Enterprise Characteristics and Self Efficacy on Entrepreneurial Decisions*. Tujuan penelitian tersebut adalah untuk mengetahui pengaruh karakteristik kewirausahaan dan efikasi diri terhadap keputusan berwirausaha pada siswa Madrasah Aliyah. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh santri kelas XII pondok pesantren hasyimiyah Tebing Tinggi. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Data yang digunakan dalam penelitian ini semuanya bersumber dari data primer yang diperoleh langsung dari penyebaran daftar pertanyaan kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial karakteristik wirausaha berpengaruh positif terhadap keputusan wirausaha, namun efikasi diri tidak berpengaruh positif terhadap keputusan berwirausaha. dan adapun secara simultan karakteristik wirausaha dan efikasi diri secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap keputusan berwirausaha.

Penelitian yang dilakukan oleh Dewi & Widhiyani (2020), yang berjudul, *The Influence of Self Efficacy, E-Commerce and Entrepreneurial Education in Decision Making for Entrepreneurs (Case Study of Accounting Major Students Faculty of Economics and Business, Udayana University)*. Tujuan penelitian tersebut adalah untuk mengetahui pengaruh efikasi diri, *e-commerce*, dan pendidikan kewirausahaan dalam pengambilan keputusan berwirausaha. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa jurusan akuntansi angkatan 2017 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana yang berstatus mahasiswa akti. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dengan menyebarkan kuesioner secara langsung dengan menggunakan teknik purposive sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa efikasi diri berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan berwirausaha. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar tingkat kepercayaan diri yang dimiliki seorang mahasiswa maka semakin tinggi pula tingkat pengambilan keputusan untuk berwirausaha, *e-commerce* berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan untuk berwirausaha. Hal ini menunjukkan bahwa semakin banyak mahasiswa yang mempelajari *e-commerce* maka semakin besar pula tingkat niat mahasiswa dalam mengambil keputusan berwirausaha, pendidikan kewirausahaan berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan berwirausaha. Hal ini menunjukkan bahwa semakin banyak mahasiswa yang mendaftar melalui pendidikan kewirausahaan maka akan semakin tinggi pula pengambilan keputusan untuk berwirausaha.

Kajian yang meninjau pengaruh motivasi terhadap keputusan berwirausaha dapat ditemukan pada beberapa penelitian berikut, penelitian yang dilakukan oleh Prihartini & Sopiyan (2023), yang berjudul Pengaruh Motivasi dan Modal Usaha

Terhadap Keputusan Berwirausaha. Tujuan penelitian tersebut adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh motivasi dan modal usaha terhadap keputusan berwirausaha pada mahasiswa Universitas Majalengka. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Majalengka yang menjalankan atau memiliki usaha, dengan sampel sebanyak 100 orang. Metode yang digunakan adalah metode survei dengan pendekatan deskriptif verifikatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berwirausaha. Sedangkan modal usaha tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan berwirausaha.

Penelitian yang dilakukan oleh Setiani, et. al., (2019), yang berjudul Pengaruh Motivasi dan Sikap Wirausaha Terhadap Keputusan Berwirausaha Wanita di Kota Jambi. Tujuan penelitian tersebut adalah untuk menganalisis pengaruh motivasi dan sikap wirausaha terhadap keputusan wirausaha perempuan di kota Jambi. Populasi dalam penelitian ini adalah wanita berusia 15 tahun ke atas yang berjumlah 213.096 orang dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner sedangkan untuk data sekunder diperoleh dari berbagai bahan pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel motivasi mempunyai pengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan berwirausaha. Sedangkan untuk variabel sikap kewirausahaan mempunyai pengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan berwirausaha. Motivasi dan Sikap Berwirausaha berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Keputusan Berwirausaha Wanita di Kota Jambi.

Penelitian yang dilakukan oleh Santoso & Wijaya (2024), yang berjudul Pengaruh Motivasi Dan Kompetensi Terhadap Minat Berwirausaha Anggota Jemaat Gki Serpong Di Masa Pandemi. Tujuan penelitian tersebut adalah untuk menguji pengaruh motivasi dan kompetensi terhadap minat berwirausaha anggota jemaat GKI Serpong di masa pandemi. Populasi dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif dengan metode survey. Data diperoleh dari responden sebanyak 75 orang yang mengikuti UMKM GKI Serpong. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi berganda. hasil analisis data dan pembahasan diketahui bahwa variabel motivasi tidak mempengaruhi minat wirausaha anggota GKI Serpong sedangkan variabel kompetensi mempengaruhi minat berwirausaha.

Tabel 2.1
Ringkasan Penelitian Sebelumnya

No	Judul, Nama Peneliti, (tahun)	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Efikasi Diri Generasi Milenial dan Keputusan Berwirausaha di Bidang Ekonomi Kreatif, Hapsari, T.P., dan Salima, S. (2023).	<i>Survey, dan purposive sampling</i>	Terdapat pengaruh yang positif antara efikasi diri generasi milenial terhadap keputusan berwirausaha di bidang ekonomi kreatif.	Efikasi Diri Generasi Milenial	Ekonomi kreatif
2	<i>The Effect of Enterprise Characteristics and Self Efficacy on Entrepreneurial Decisions</i> , Damanik, S.W.H., dan Purba, R. (2021).	<i>Purposive sampling</i>	Terdapat pengaruh yang positif antara wirausaha, dan efikasi diri terhadap keputusan berwirausaha	Efikasi Diri	<i>Enterprise Characteristics</i>
3	<i>The Influence of Self Efficacy, E-Commerce and Entrepreneurial Education in Decision Making for Entrepreneurs (Case Study of Accounting Major Students Faculty of Economics and Business, Udayana University)</i> , Dewi dan Widhiyani (2020).	Data primer	Terdapat pengaruh yang positif antara efikasi diri terhadap pengambilan keputusan berwirausaha.	Efikasi Diri	<i>E-Commerce and Entrepreneurial</i>

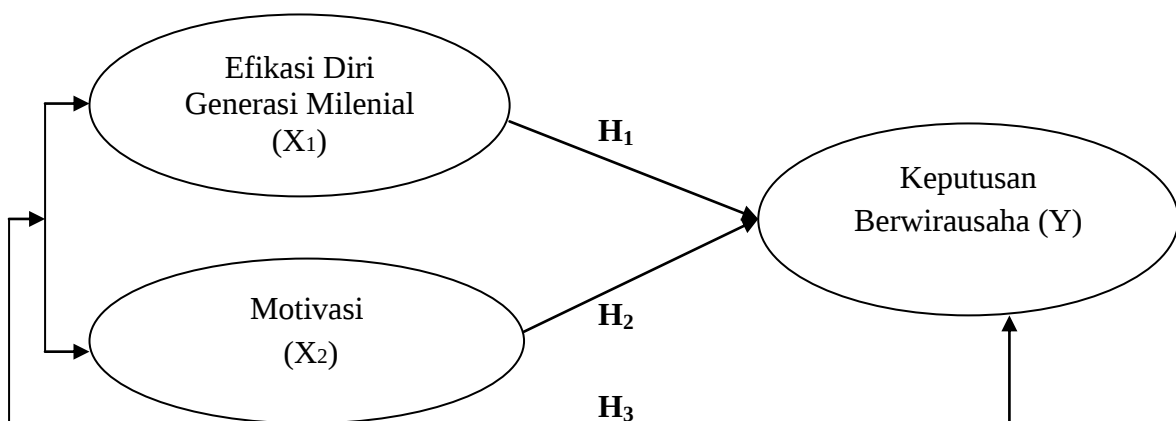
Tabel 2.1 Lanjutan

No	Judul, Nama Peneliti, (tahun)	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
4	Pengaruh Motivasi dan Modal Usaha Terhadap Keputusan Berwirausaha. Prihartini & Sopiyan (2023),	Survei	Motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berwirausaha..	Motivasi	Modal usaha
5	Pengaruh Motivasi dan Sikap Wirausaha Terhadap Keputusan Berwirausaha Wanita di Kota Jambi. Setiani, et. al., (2019)	Data primer	Motivasi mempunyai pengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan berwirausaha.	Motivasi	Sikap Wirausaha
6	Pengaruh Motivasi Dan Kompetensi Terhadap Minat Berwirausaha Anggota Jemaat Gki Serpong Di Masa Pandemi. Santoso & Wijaya (2024),	Survey, dan regresi berganda.	motivasi tidak mempengaruhi minat wirausaha anggota GKI Serpong.	Motivasi	Kompetensi, Minat.

Sumber : Berbagai kajian penelitian, 2024

2.5 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan teori di atas dan hasil penelitian sebelumnya. Maka kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar berikut ini :



Sumber : Dikembangkan oleh penulis berdasarkan penelitian sebelumnya Hapsari & Salima (2023).

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

2.6 Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran yang peneliti kembangkan dalam penelitian ini, maka hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

- H₁ : Efikasi diri generasi milenial berpengaruh secara parsial terhadap keputusan berwirausaha di bidang industri kreatif kuliner di Kota Banda Aceh.
- H₂ : Motivasi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan berwirausaha di bidang industri kreatif kuliner di Kota Banda Aceh.
- H₃ : Efikasi diri generasi milenial dan Motivasi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan berwirausaha di bidang industri kreatif kuliner di Kota Banda Aceh.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Desain penelitian ini berawal dari masalah yang bersifat kuantitatif dan membatasi permasalahan yang ada rumusan masalah. Rumusan masalah dinyatakan dalam kalimat pertanyaan, selanjutnya peneliti menggunakan teori untuk menjawabnya. Adebiyi, et. al., (2016, 113-118) menyatakan bahwa desain penelitian merupakan suatu proses menemukan jawaban pasti atas pertanyaan dalam sebuah penelitian. Upaya yang dapat dilakukan untuk menyelesaikan permasalahan tersebut dapat menggunakan dua jenis desain utama dalam penelitian meliputi desain kualitatif dan desain kuantitati. Sedangkan Nazir (2014), menjelaskan desain penelitian adalah semua proses yang diperlukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian.

Berdasarkan uraian pendapat para ahli desain penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh variabel X_1 dan variabel X_2 yang merupakan Efikasi Diri Generasi Milenial dan Motivasi terhadap Keputusan Berwirausaha yang merupakan variabel Y dalam penelitian ini.

3.1.1 Lokasi dan Objek Penelitian

Penelitian dilaksanakan pada industri kreatif kuliner di Kota Banda Aceh yang berlokasi di Banda Aceh. Subjek penelitian adalah generasi mileniar yang membangun usaha di bidang industri kreatif kuliner. Objek penelitian adalah efikasi diri generasi milenial dan motivasi terhadap keputusan berwirausaha.

3.1.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh secara parsial efikasi diri generasi milenial terhadap keputusan berwirausaha, secara parsial motivasi terhadap keputusan berwirausaha, dan secara simultan efikasi diri generasi milenial dan motivasi terhadap keputusan berwirausaha.

3.1.3 Jenis Penelitian

Berdasarkan tujuan yang akan diteliti, maka penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah pengujian untuk menghasilkan nilai berhubungan atau tidak saling berhubungan (Adebiyi, et al., 2016, 113-118), jadi disini ada variabel indenpenden (yang mempengaruhi) yang mempengaruhi variabel dependen (dipengaruhi). Tujuan penelitian kuantitatif ini adalah membuktikan hubungan sebab akibat guna menentukan apakah ada hubungan atau tidak saling berhubungan dan tingkat hubungan antara dua variabel atau lebih, atau tidak saling berhubungan antara dua variabel atau lebih. Adapun variabel dalam penelitian ini adalah :

1. Variabel bebas berupa efikasi diri generasi milenial dan motivasi.
2. Variabel terikat berupa keputusan berwirausaha.

3.1.4 Horizon Waktu Penelitian

Waktu yang digunakan dalam pengumpulan data dalam penelitian ini adalah *one shot study* (studi satu tahap). Studi ini merupakan penelitian yang datanya dikumpulkan sekaligus. Data yang dikumpulkan dapat berupa data dari satu atau beberapa subyek penelitian yang mencangkup satu atau beberapa periode waktu (hari, minggu, bulan, atau tahun). Tipe ini lebih menekankan pada

frekuensi tahap pengumpulan data, yaitu satu tahap dan sekaligus (Indriantoro, et. al., (2018)). Horizon waktu penelitian dapat dilihat pada tabel 3.1.

Tabel 3.1
Horizon Waktu Penelitian

No	Uraian	2023			2024							
		Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Ags	Sep
1	Pengajuan judul skripsi											
2	Konsultasi											
3	Seminar proposal											
4	Pengambilan data											
5	Pengolahan data											
6	Konsultasi skripsi											
7	Sidang skripsi											

Sumber: (penulis, 2024)

3.1.5 Unit Analisis

Data yang dikumpulkan secara individual digunakan untuk menghitung unit analisis pada tingkat agregasi yang lebih besar. Karakteristik tingkat analisis yaitu bahwa tingkat yang lebih rendah termasuk dalam tingkat yang lebih tinggi. Sifat informasi yang dikumpulkan serta tingkat dimana data dijumlahkan untuk analisis, adalah integral dengan keputusan yang dibuat dalam memilih unit analisis. Berdasarkan unit observasi yang dijadikan unit analisis dari penelitian ini adalah usaha kuliner yang berada di Kota Banda Aceh. Dengan cara membagikan kuesioner, yang diberikan kepada responden dengan tujuan agar responden dapat memberikan jawaban sesuai dengan tema sentral penilaian ini. Selanjutnya kuesioner diberikan bobot sesuai dengan tingkat kepentingan model skala Likert. Skala Likert menurut Indriantoro dan Supomo (2018: 115), dapat dijelaskan sebagai berikut :

Tabel 3.2
Susunan Skala Interval

No	Pilihan Jawaban	Skor
1	Sangat Tidak Setuju	1
2	Tidak Setuju	2
3	Kurang Setuju	3
4	Setuju	4
5	Sangat Setuju	5

Sumber: Indriantoro dan Supomo (1999: 115)

3.2 Populasi Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas, obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2017: 81). Populasi dalam penelitian ini adalah sebagian generasi milenial yang menjalankan usaha UMKM di kota Banda Aceh. Adapun berdasarkan data dari Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Aceh, total UMKM di wilayah Provinsi Aceh saat ini sebanyak 74.810 UMKM. Berdasarkan data dari Dinas Koperasi dan UMKM kota Banda Aceh, mayoritas UMKM dibidang kuliner, total UMKM di kota Banda Aceh saat ini sebanyak 9.591 UMKM.

3.2.2 Sampel

Sampel penelitian adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2016: 81). Pengambilan sampel adalah proses memilih sampel yang cukup dari populasi untuk mempelajari dan memahami karakteristik dari subjek sampel sehingga penelitian dapat menggeneralisasikan karakter dari elemen populasi.

Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling*, yaitu memilih sampel secara acak sehingga tidak setiap anggota populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk menjadi anggota

sampel. Jenis metode yang digunakan adalah *purposive sampling* dimana pemilihan responde dipilih berdasarkan kriteria tertentu. Teknik ini dipilih untuk memastikan bahwa hanya sampel yang memiliki unsur tertentu yang telah ditetapkan oleh penelitian yang akan diambil sebagai sampel. Mengingat ketebatasan waktu dan kemampuan peneliti serta jenis usaha dan jumlah pelaku UMKM sangat banyak, peneliti mengambil sampel sebanyak 30 pelaku UMKM sebagai responden.

3.3 Sumber dan Teknik Pengambilan Data

Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli, data primer dalam penelitian ini diperoleh dari hasil kuesioner yang disebarkan pada responden. Menurut Indriantoro, et. al., (2009), Pengumpulan data kuesioner secara personal yaitu penggunaan teknik pengisian jawaban yang disampaikan dan dikumpulkan langsung dari responden.

3.4 Definisi dan Operasionalisasi Variabel

3.4.1 Definisi Variabel

1. Variabel Independen

Variabel Independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2017). Variabel independen dalam penelitian ini yaitu: Efikasi Diri Generasi Milenial dan Motivasi.

2. Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karen adanya variabel independen (Sugiyono, 2017). Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu : Keputusan Berwirausaha.

Penelitian ini melibatkan dua variabel yaitu efikasi diri generasi milenial (X_1) dan Motivasi (X_2) satu variabel terikat yaitu keputusan berwirausaha (Y). Karakteristik variabel yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada berikut:

Tabel 3.3
Operasionalisasi dan Indikator Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator	Ukuran	Skala	Item
Dependen						
1	Keputusan berwirausaha	Wirausaha adalah individu yang mengambil risiko dengan mendirikan dan mengelola usaha atau bisnis, biasanya dengan tujuan untuk menghasilkan keuntungan. Misnawati, et. al., (2022),	1. Perhatian. 2. Rasa senang. 3. Ketertarikan. 4. Keinginan. (Syahputra, 2020)	1-5	Likert	A1
						A2
						A3
						A4
Independen						
2	Efikasi Diri Generasi Milenial	Efikasi adalah penilaian diri, apakah dapat melakukan tindakan yang baik atau buruk, tepat atau salah, bisa atau tidak bisa mengerjakan sesuai dengan di persyaratkan. (Nurodin, 2019)	1. Keyakinan mengidentifikasi peluang bisnis. 2. Keyakinan mampu berpikir secara kreatif. 3. Keyakinan mengkomersilkan ide. 4. Keyakinan mengembangkan kewirausahaan. 5. Kesiapan diri untuk menjadi wirausaha. 6. Keyakinan untuk memulai bisnis. (Minah & Soelaiman, 2024)	1-5	Likert	B1
						B2
						B3
						B4
						B5
						B6
3	Motivasi	motivasi mendorong individu untuk mengembangkan ide-ide baru dan menggunakan sumber daya yang ada dengan cara yang inovatif. Syahid & Apriyanti (2019),	1. Percaya diri. 2. Inovatif. 3. Kepemimpinan. 4. Efektif dan Efisien. 5. Berorientasi pada masa depan. (Ferli, 2023)	1-5	Likert	C1
						C2
						C3
						C4
						C5

3.5 Teknik Analisis Data

Peralatan analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Regresi yaitu suatu bentuk peralatan analisis yang dirumuskan dalam bentuk persamaan matematis yang berguna untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas (independent variabel) dan variabel terikat (dependent variabel). Rancangan analisis regresi menurut Sudarmanto (2011) dapat dijelaskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan berwirausaha

X₁ = Efikasi diri generasi milenial

X₂ = Motivasi

b₁-b₂ = Parameter Regresi

a = Intercep

e = *Error Term*

3.6 Pengujian Data

3.6.1 Pengujian Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kebenaran suatu instrumen. Suatu instrumen dikatakan benar apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara nyata. Pengujian validitas data dalam penelitian ini dilakukan secara statistik yaitu dengan menggunakan uji Pearson *Product-Moment Coefisient of Corelation* dengan bantuan program SPSS, dengan tingkat signifikansi 95%. Sedangkan jika dilakukan secara manual maka nilai korelasi yang diperbolehkan harus dibandingkan dengan nilai kritis korelasi *product moment* dimana hasilnya

menunjukkan bahwa item pertanyaan mempunyai korelasi di atas 5% atau dalam bahasa statistik terdapat konsistensi internal (*internal consistency*) yang berarti item-item pertanyaan tersebut dapat mengukur aspek yang sama. Ini berarti bahwa setiap data yang ditunjukkan adalah valid. Sugiyono (2016), menyatakan jika setiap item pernyataan dalam kuesioner dapat digunakan untuk menyatakan suatu konsep yang akan diukur oleh kuesioner, maka instrumen penelitian dinyatakan lulus uji validitas.

3.6.2 Pengujian Reliabilitas

Kuesioner yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian dapat diuji reliabilitasnya dengan melakukan uji reliabilitas terhadap alat tersebut. Nilai korelasi item-total diperiksa selama uji reliabilitas untuk penyelidikan. Dengan membandingkan setiap item dengan pengukuran keseluruhan, dikurangi item yang bermasalah, korelasi item-total mengevaluasi konsistensi internal alat ukur. Suatu item secara teoritis dapat digunakan dalam alat ukur jika korelasi item-totalnya lebih besar dari 0,20 (Murti, 2011). Metode reliabilitas yang digunakan adalah *Cronbach Alpha* dengan bantuan program SPSS. Alat ukur yang bagus harus:

1. Dapat diandalkan
2. Hasil pengukurannya bisa diramalkan
3. Dapat menunjukkan tingkat ketepatan

Cronbach Alpha menafsirkan korelasi antara skala yang dibuat dengan semua skala variabel yang ada. Ukuran reliabilitas dianggap handal berdasarkan Cronbach Alpha adalah sebesar 0,60.

3.6.3 Pengujian Asumsi Klasik

3.6.3.1 Uji Normalitas

Dasar pengambilan keputusan yaitu sebagai berikut: Nilai Probabilitas > 0.05 , maka artinya menunjukkan bahwa data tersebut berdistribusi normal. Nilai Probabilitas < 0.05 , maka artinya menunjukkan bahwa data tersebut tidak berdistribusi normal.

3.6.3.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen) (Ghozali, 2016:71). Dalam model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Uji multikolinieritas dilakukan dengan melihat nilai tolerance dan variance inflation factor (VIF) dari hasil analisis dengan menggunakan SPSS.

- a. Apabila nilai *tolerance value* lebih $> 0,10$ atau sama dengan nilai VIF, maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas.
- b. Jika *nilai tolerance* $< 0,10$ atau sama dengan nilai VIF > 10 , maka dapat disimpulkan bahwa ada multikonearitas antar variabel bebas dalam model regresi.

3.6.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dan residual satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya (Ghozali, 2016:137). Jika varians dan residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Adapun cara yang digunakan dalam penelitian ini untuk mendeteksinya adalah dengan melihat ada

tidaknya pola tertentu pada grafik Scatter plot antara *Studentized Residual* (SRESID) dan *Standardized Predicted Value* (ZPRED), dimana sumbu Y adalah yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah di-studentized.

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik yang ada membentuk pola tertentu teratur (bergelombang, melembur kemudian menyepit), maka mengindikasikan adanya heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta tidak menyebar di atas dan dibawah angka nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.7 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan secara simultan dengan menggunakan uji F (F-tes) dan secara partial dengan menggunakan uji T (t-tes) masing-masing pada tingkat keyakinan (*convidend interval*) 95%.

3.7.1 Uji T

Uji t Menurut Sugiyono (dalam Salimun dan Sugiyanto, 2021:573) uji t digunakan untuk menguji tingkat signifikansi secara parsial atau individu pengaruh variabel efikasi diri generasi milenial (X_1) dan Motivasi (X_2) terhadap keputusan berwirausaha (Y), dengan kriteria pengujian :

H_{01} : Efikasi diri generasi milenial secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan Berwirausaha di bidang industri kreatif kuliner di Kota Banda Aceh.

H_{a1} : Efikasi diri generasi milenial secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan Berwirausaha di bidang industri kreatif kuliner di Kota Banda Aceh..

Ho2 : Motivasi secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan Berwirausaha di bidang industri kreatif kuliner di Kota Banda Aceh..

Ha2 : Motivasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan Berwirausaha di bidang industri kreatif kuliner di Kota Banda Aceh.

Kriteria pengambilan keputusan adalah :

- Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka menerima H_a dan menolak H_o .
- Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka menolak H_a dan menerima H_o .

3.7.2 Uji F

Digunakan untuk menguji tingkat signifikansi secara simultan atau secara bersama-sama antara variabel efikasi diri generasi milenial (X_1) dan Motivasi (X_2) terhadap variabel keputusan berwirausaha (Y). Kriteria pengambilan keputusan pada tingkat signifikansi 5% adalah :

- Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka menerima H_a dan menolak H_o
- Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka menolak H_a dan menerima H_o

Ho3 : Efikasi diri generasi milenial dan motivasi secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berwirausaha di bidang industri kreatif kuliner di Kota Banda Aceh..

Ha3 : Efikasi diri generasi milenial dan motivasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan berwirausaha di bidang industri kreatif kuliner di Kota Banda Aceh.

3.7.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa besar kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Jika koefisien determinasi (R^2) semakin besar (mendekati satu) menunjukkan semakin baik kemampuan X

menerangkan Y, dimana $0 < R^2 < 1$. Sebaliknya, jika R^2 semakin kecil (mendekati nol), maka pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat semakin kecil. Hal ini berarti model yang digunakan lemah dalam menerangkan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Adapun interpretasi dari nilai determinasi dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

No	Nilai Determinasi	Tingkat Hubungan
1.	>0,200	Sangat Rendah
2.	0,200 – 0,399	Rendah
3.	0,400 – 0,599	Cukup
4.	0,600 – 0,799	Tinggi
5.	0,800 - 1000	Sangat Tinggi

Sumber : Metode penelitian Kuantitatif (Machali, 2024)

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka kesimpulan dalam penelitian ini adalah:

1. Efikasi diri generasi milenial secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan berwirausaha di bidang industri kreatif kuliner di kota Banda Aceh.
2. Motivasi secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan berwirausaha di bidang industri kreatif kuliner di kota Banda Aceh.
3. Efikasi diri generasi milenial dan motivasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan berwirausaha di bidang industri kreatif kuliner di kota Banda Aceh.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka saran dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk generasi milenial:

Kepada generasi milenial disarankan untuk mempelajari kebutuhan pasar, tren, dan pesaing di bidang industri kreatif kuliner. Ini membantu generasi milenial untuk memahami apa yang dicari oleh konsumen dan bagaimana generasi milenial bisa menawarkan sesuatu kuliner yang kreatif.

2. Untuk Pengusaha di Bidang Industri Kreatif Kuliner:

Kepada pengusaha di bidang industri kreatif kuliner untuk selalu update dengan tren industri dan pasar, seperti mengikuti berita bisnis, baca laporan

industri, dan amati perubahan dalam perilaku konsumen. Pengetahuan ini akan membantu pengusaha di bidang industri kreatif kuliner mengenali peluang baru.

3. Untuk Masyarakat:

Kepada masyarakat disarankan agar melakukan riset yang mendalam tentang pasar, pesaing, dan kebutuhan konsumen. Buat rencana bisnis yang detail, termasuk visi, misi, strategi, dan proyeksi keuangan.

4. Untuk Peneliti Lain:

Peneliti lain diharapkan dapat melakukan penelitian dilokasi yang berbeda dengan jumlah sampel yang lebih banyak lagi dan lebih banyak variabel lagi daripada penelitian ini, variabel yang mempengaruhi terhadap keputusan berwirausaha.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Penelitian ini adalah sebagian generasi milenial yang menjalankan usaha UMKM di kota Banda Aceh. Responden dalam penelitian ini terdiri dari 30 orang pengusaha kuliner UMKM di kota Banda Aceh. Adapun hasil penelitian ini meliputi karakteristik responden, pengujian data, distribusi frekuensi jawaban responden dan diakhiri dengan pengujian hipotesis.

4.1.1 Karakteristik Responden

Karakteristik responden merupakan data mengenai identitas pribadi para responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini. Penyajian data mengenai karakteristik responden ini berguna untuk memberikan informasi/keterangan mengenai data pribadi responden yang terdiri dari jenis kelamin, usia, status perkawinan, tingkat pendidikan dan lama bekerja sebagai berikut:

1. Jenis Kelamin

Adapun karakteristik berdasarkan jenis kelamin pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.1
Jenis Kelamin Responden

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1	Laki-laki	15	50 %
2	Perempuan	15	50 %
Total		30	100 %

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer (2024)

Berdasarkan Tabel 4.1 di atas dapat dilihat bahwa responden dalam penelitian ini memiliki jenis kelamin laki-laki sebanyak 15 orang responden (50 %) dan perempuan sebanyak 15 orang responden (50 %).

2. Usia

Adapun karakteristik berdasarkan usia pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.2
Usia Responden

No.	Usia	Frekuensi	Persentase
1	<35	15	50 %
2	35-45	10	33.3 %
3	>45	5	16.7 %
Total		30	100 %

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer (2024)

Berdasarkan Tabel 4.2 di atas terlihat bahwa responden yang berusia ≤ 35 tahun sebanyak 15 orang responden (50 %), responden yang berusia 35-45 tahun sebanyak 10 orang responden (33,3 %) dan responden yang berusia > 45 tahun sebanyak 5 orang responden (16,7 %).

3. Status Responden

Adapun karakteristik berdasarkan status perkawinan pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.3
Status Responden

No.	Status Perkawinan	Frekuensi	Persentase
1	Menikah	18	60 %
2	Belum Menikah	12	40 %
Total		30	100 %

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer (2024)

Berdasarkan Tabel 4.3 di atas terlihat bahwa sebagian dari responden dalam penelitian ini telah menikah yaitu sebanyak 18 orang responden (60 %) dan responden yang belum menikah sebanyak 12 orang responden (40 %).

4. Tingkat Pendidikan

Adapun karakteristik berdasarkan tingkat Pendidikan pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.4
Tingkat Pendidikan Responden

No.	Tingkat Pendidikan	Frekuensi	Persentase
1	SLTA	10	33.3 %
2	Sarjana	20	66.7 %
Total		30	100 %

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer (2024)

Berdasarkan Tabel 4.4 di atas terlihat bahwa responden yang berpendidikan SMA sebanyak 10 orang responden (33,3 %) dan responden yang berpendidikan sarjana sebanyak 20 orang responden (66,7 %).

5. Lama Berwirausaha Dalam Bidang Kuliner

Adapun karakteristik berdasarkan jenis kelamin pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.5
Lama Berwirausaha Dalam Bidang Kuliner

No.	Lama Berwirausaha	Frekuensi	Persentase
1	<5 Tahun	17	56.7 %
2	6-10 Tahun	9	30 %
3	11-15 Tahun	3	10 %
4	15-20 Tahun	1	3.3 %
Total		30	100 %

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer (2024)

Berdasarkan Tabel 4.5 di atas terlihat bahwa responden yang telah bekerja <5 tahun memiliki responden sebanyak 17 orang (56,7 %), responden yang telah bekerja 6-10 tahun sebanyak 9 orang responden (30 %), responden yang telah berkerja selama 11-15 tahun sebanyak 3 orang responden (10 %) dan responden yang telah bekerja selama 15-20 tahun sebanyak 1 orang responden (3,3 %).

4.2 Deskriptif Variabel Penelitian

Penelitian ini mengamati dua variabel bebas (*independent variabel*) yaitu variabel Efikasi Diri Milenial (X_1), Motivasi (X_2) dan juga mengamati satu variabel terikat (*dependent variable*) yaitu variabel Keputusan Berwirausaha (Y).

Untuk mengetahui distribusi jawaban responden dilakukan dengan cara membagikan kuesioner dengan tujuan agar responden dapat memberikan jawaban sesuai dengan tema sentral penilaian ini.

Selanjutnya, penggolongan persepsi responden akan diklasifikasikan ke dalam beberapa kategori. Selengkapnya dapat dilihat tabel berikut:

Tabel 4.6
Persepsi Berdasarkan Interval Skor

Rata-rata Skor	Kategori
1,00 – 1,80	Sangat Tidak Baik
1,81 – 2,60	Tidak Baik
2,61 – 3,40	Kurang Baik
3,41 – 4,20	Baik
4,21 – 5,00	Sangat Baik

Sumber: Suryana (2015:388)

4.2.1 Variabel Keputusan Berwirausaha (Y)

Tabel 4.7
Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Berwirausaha

No	Itema Pertanyaan	STS		TS		KS		S		SS		Mean
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
1	Saya memiliki perhatian yang tinggi terhadap dunia usaha.	2	6,7 %	1	3,3 %	3	10,0 %	12	40 %	12	40 %	4,03
2	Saya senang berwirausaha.	-	-	3	10,0 %	2	6,7 %	17	56,7 %	8	26,7 %	4,00
3	Saya memiliki ketertarikan yang tinggi terhadap dunia usaha.	1	3,3 %	-	-	1	3,3 %	15	50,0 %	13	43,3 %	4,30
4	Saya berkeinginan membangun usaha yang sukses.	1	3,3 %	1	3,3 %	2	6,7 %	14	46,7 %	12	40,0 %	4,17
Nilai Rerata												4,13

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer (2024)

Berdasarkan Tabel 4.7 di atas diketahui bahwa distribusi jawaban responden pada variabel keputusan berwirausaha pada indikator pertama yaitu saya memiliki perhatian yang tinggi terhadap dunia usaha diperoleh jawaban rata-rata 4,03 yang berarti setuju. Pada indikator kedua saya senang berwirausaha diperoleh jawaban rata-rata 4,00 yang berarti setuju. Pada indikator ketiga saya memiliki ketertarikan yang tinggi terhadap dunia usaha diperoleh jawaban rata-rata 4,30 yang berarti setuju dan pada indikator keempat saya berkeinginan membangun usaha yang sukses diperoleh jawaban rata-rata 4,17 yang berarti setuju. Nilai rerata pada variabel keputusan berwirausaha (Y) sebesar 4,13 artinya rata-rata responden menyatakan setuju dengan semua pernyataan variabel keputusan berwirausaha (Y) karena skala likert berada pada satuan angka 4.

4.2.2 Variabel Efikasi Diri Generasi Milenial (X_1)

Tabel 4.8
Distribusi Frekuensi Variabel Efikasi Diri Generasi Milenial

No	Itema Pertanyaan	STS		TS		KS		S		SS		Mean
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
1	Saya memiliki keyakinan mengidentifikasi peluang bisnis.	2	6,7 %	-	-	10	33,3 %	12	40,0 %	6	20,0 %	3,67
2	Saya memiliki keyakinan mampu berpikir secara kreatif didunia berwirausaha.	1	3,3 %	2	6,7 %	-	-	19	63,3 %	8	26,7 %	4,03
3	Saya memiliki keyakinan mengkomersilkan ide bisnis.	2	6,7 %	-	-	4	13,3 %	12	40,0 %	12	40,0 %	4,07
4	Saya memiliki keyakinan mengembangkan wirausaha.	1	3,3 %	1	3,3 %	3	10,0 %	14	46,7 %	11	36,7 %	4,10
5	Saya memiliki kesiapan diri untuk menjadi wirausaha.	1	3,3 %	1	3,3 %	3	10,0 %	16	53,3 %	9	30,0 %	4,03
6	Saya memiliki keyakinan untuk memulai bisnis.	2	6,7 %	-	-	4	13,3 %	14	46,7 %	10	33,3 %	4,00
Nilai Rerata												3,98

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer (2024)

Berdasarkan Tabel 4.8 di atas diketahui bahwa distribusi jawaban responden pada variabel Efikasi Diri Generasi Milenial (X_1) pada indikator

pertama yaitu saya memiliki keyakinan mengidentifikasi peluang bisnis diperoleh jawaban rata-rata 3,67 yang berarti kurang setuju. Pada indikator kedua saya memiliki keyakinan mampu berpikir secara kreatif didunia berwirausaha diperoleh jawaban rata-rata 4,03 yang berarti setuju. Pada indikator ketiga saya memiliki keyakinan mengkomersilkan ide bisnis diperoleh jawaban rata-rata 4,07 yang berarti setuju. Pada indikator keempat saya memiliki keyakinan mengembangkan wirausaha diperoleh jawaban rata-rata 4,10 yang berarti setuju. Pada indikator kelima saya memiliki kesiapan diri untuk menjadi wirausaha diperoleh jawaban rata-rata 4,03 yang berarti setuju dan pada indikator keenam saya memiliki keyakinan untuk memulai bisnis diperoleh jawaban rata-rata 4,00 yang berarti setuju. Nilai rerata pada variabel Efikasi Diri Generasi Milenial (X_1) sebesar 3,98 yang artinya responden menyatakan kurang setuju dengan beberapa pernyataan variabel Efikasi Diri Generasi Milenial (X_1) karena skala likert berada pada satuan angka 3.

4.2.3 Variabel Motivasi (X_2)

Tabel 4.9
Distribusi Frekuensi Variabel Motivasi

No	Itema Pertanyaan	STS		TS		KS		S		SS		Mean
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
1	Saya memiliki percaya diri yang tinggi terhadap dunia bisnis.	-	-	-	-	6	20,0 %	8	26,7 %	16	53,3 %	4,33
2	Saya memiliki inovatif yang tinggi dalam mengembangkan usaha.	-	-	-	-	7	23,3 %	10	33,3 %	13	43,3 %	4,20
3	Saya ingin menjadi pemimpin dalam dunia usaha.	-	-	-	-	5	16,7 %	14	46,7 %	11	36,7 %	4,20
4	Usaha saya efektif dan efisien dalam aktifitas.	-	-	-	-	7	23,3 %	13	43,3 %	10	33,3 %	4,10
5	Bisnis saya berorientasi untuk jangka Panjang.	-	-	-	-	2	6,7 %	18	60,0 %	10	33,3 %	4,27
Nilai Rerata												4,22

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer (2024)

Berdasarkan Tabel 4.9 di atas diketahui bahwa distribusi jawaban responden pada variabel motivasi (X_2) pada indikator pertama yaitu memiliki percaya diri yang tinggi terhadap dunia bisnis diperoleh jawaban rata-rata 4,33 yang berarti setuju. Pada indikator kedua saya memiliki inovatif yang tinggi dalam mengembangkan usaha diperoleh jawaban rata-rata 4,20 yang berarti setuju. Pada indikator ketiga saya ingin menjadi pemimpin dalam dunia usaha diperoleh jawaban rata-rata 4,20 yang berarti setuju. Pada indikator keempat berefektif dan efisien dalam dunia bisnis diperoleh jawaban rata-rata 4,10 yang berarti setuju dan pada indikator kelima saya akan berorientasi pada masa depan dalam bisnis diperoleh jawaban rata-rata 4,27 yang berarti setuju. Nilai rerata pada variabel Motivasi (X_2) sebesar 4,22 artinya rata-rata responden menyatakan setuju dengan semua pernyataan variabel keputusan Motivasi (X_2) karena skala likert berada pada satuan angka 4.

4.3 Pengujian Data

4.3.1 Uji Validitas Instrumen

Pengujian validitas data dalam penelitian ini dilakukan secara statistik, yaitu dengan menggunakan uji *pearson product-moment coefficient of correlation* dengan bantuan SPSS. Data dikatakan valid apabila hasil uji $r_{hitung} > r_{tabel}$ sehingga pernyataan-pernyataan tersebut adalah signifikan dan memiliki validitas. Atau dalam bahasa statistik terdapat konsistensi (*internal consistence*) yang berarti pernyataan-pernyataan tersebut mengukur aspek yang sama. Ini berarti data yang diperoleh adalah valid dan dapat dipergunakan untuk penelitian. Hasil uji validitas dalam penelitian dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.10
Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian

No. Pertanyaan	Variabel Penelitian	Item Pernyataan Kuesioner	Nilai r_{Hitung}	Nilai r_{Tabel} (n=30)	Hasil Uji
A1	Keputusan Berwirausaha (Y)	Perhatian.	0,739	0,361	Valid
A2		Rasa senang.	0,738	0,361	Valid
A3		Ketertarikan.	0,395	0,361	Valid
A4		Keinginan.	0,713	0,361	Valid
B1	Efikasi Diri Generasi Milenial (X_1)	Keyakinan mengidentifikasi peluang bisnis.	0,692	0,361	Valid
B2		Keyakinan mampu berpikir secara kreatif.	0,619	0,361	Valid
B3		Keyakinan mengkomersilkan ide.	0,671	0,361	Valid
B4		Keyakinan mengembangkan kewirausahaan.	0,763	0,361	Valid
B5		Kesiapan diri untuk menjadi wirausaha.	0,608	0,361	Valid
B6		Keyakinan untuk memulai bisnis.	0,675	0,361	Valid
C1	Motivasi (X_2)	Percaya diri.	0,599	0,361	Valid
C2		Inovatif.	0,500	0,361	Valid
C3		Kepemimpinan.	0,499	0,361	Valid
C4		Efektif dan Efisien.	0,408	0,361	Valid
C5		Berorientasi pada masa depan.	0,377	0,361	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer (2024)

Berdasarkan Tabel 4.10 di atas dapat dijelaskan bahwa semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan semuanya valid, karena mempunyai koefisien korelasi nilai r_{Hitung} lebih besar daripada nilai r_{Tabel} yaitu sebesar 0,361 sehingga semua pertanyaan yang terkandung dalam kuesioner penelitian ini dinyatakan valid untuk dilanjutkan penelitian yang lebih mendalam.

4.3.2 Uji Reliabilitas Instrumen

Uji reliabilitas yang digunakan adalah teknik analisis *Cronbach's Alpha*. Instrumen penelitian (kuesioner) dapat dikatakan reliabel apabila mempunyai nilai $\alpha \geq 0,60$. Pengujian Reliabilitas dilakukan untuk mengetahui konsistensi

hasil sebuah jawaban tentang tanggapan responden. Untuk pengujian ini digunakan *Statistical Packaged for Social Sciences* (SPSS). Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.11
Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Penelitian

No.	Variabel Penelitian	Nilai Uji Reabilitas	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
1.	Efikasi Diri Generasi Milenial (X_1)	0,871	0,60	Handal
2.	Motivasi (X_2)	0,716	0,60	Handal
3.	Keputusan Berwirausaha (Y)	0,816	0,60	Handal

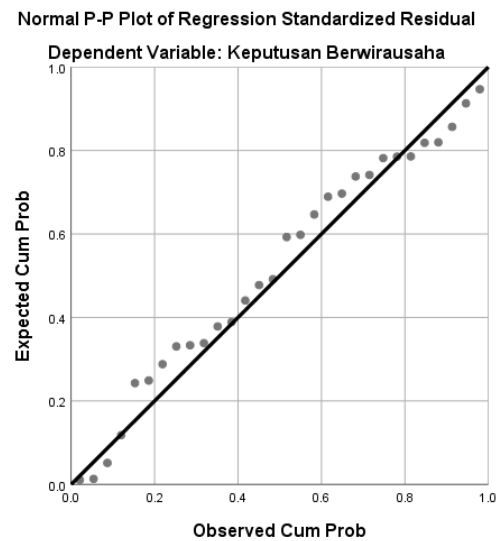
Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer (2024)

Berdasarkan tabel 4.11 di atas, maka didapatkan nilai *reliabilitas tes* untuk variabel efikasi diri generasi milenial (X_1) dengan nilai 0,871, motivasi (X_2) dengan nilai 0,716 dan keputusan berwirausaha (Y) dengan nilai 0,816. Seluruh variabel dalam instrumen penelitian ini memiliki nilai nilai reliabilitas tes lebih besar dari nilai *cronbach's alpha* yaitu 0,60. Hal ini berarti bahwa bahwa kuesioner penelitian yang digunakan memenuhi syarat atau reliabel/handal.

4.3.3 Uji Asumsi Klasik

4.3.3.1 Uji Normalitas

Untuk pengujian normalitas data, dalam penelitian ini hanya akan dideteksi melalui Analisis Grafik yang dihasilkan melalui perhitungan regresi dengan SPSS. Data yang normal ditandai dengan sebaran titik-titik data diseputar garis diagonal. Hasil pengujian normalitas data dapat dilihat pada Gambar 4.1 sebagai berikut:



Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer (2024)

Gambar 4.1
Hasil Uji Normalitas

Berdasarkan Gambar 4.1 tersebut dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan menunjukkan indikasi normal. Analisis dari grafik diatas terlihat titik-titik menyebar disekitar garis diagonal, serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. “Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas, dan sebaliknya apabila data menyebar jauh dari garis diagonal dan/atau tidak mengikuti garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi-asumsi normalitas”.

4.3.3.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Jika terjadi korelasi, maka terdapat masalah multikolinearitas. Pada model regresi yang baik tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Untuk uji multikolinearitas pada penelitian ini adalah melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada Tabel 4.8:

Tabel 4.12
Hasil Uji Multikolinearitas

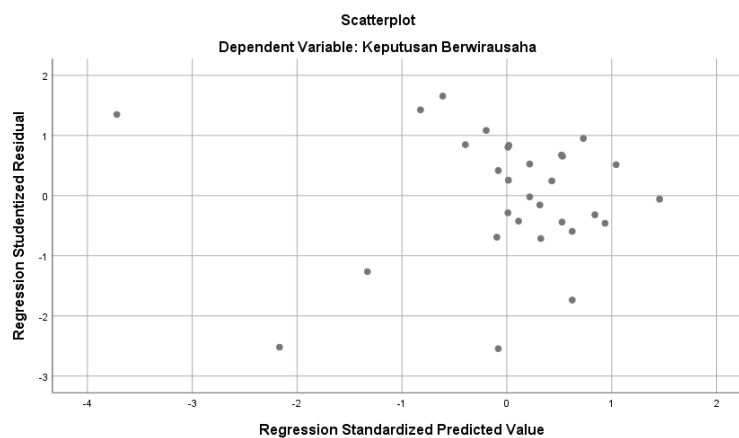
Variabel Bebas	Toleransi	VIF	Keterangan
Efikasi Diri Generasi Milenial	1,000	1,000	Non Multikolinieritas
Motivasi	1,000	1,000	Non Multikolinieritas

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer (2024)

Berdasarkan tabel 4.8 diatas maka dapat diketahui bahwa tidak ada satu variabel independen yang memiliki nilai Toleransi yang kurang dari 0,10 berarti tidak ada korelasi antara variabel independen. Hasil perhitungan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) juga menunjukan hal yang sama tidak ada satu variabel independen yang memiliki nilai VIF lebih dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolonieritas antar variabel independen dalam model regresi pada penelitian ini.

4.3.3.3 Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual pada satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Hasil pengujian heteroskedastisitas data dalam penelitian ini menggunakan alat bantu SPSS dengan mengamati pola yang terdapat pada Scatterplot, dimana hasilnya dapat dilihat pada Gambar 4.2:



Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer (2024)

Gambar 4.2
Hasil Pengujian Heteroskedastisitas

Dari Gambar 4.2 uji heteroskedastisitas terlihat titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas, serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas.

4.4 Pembahasan Hasil Penelitian

4.4.1 Pengujian Hipotesis

Analisis regresi linier berganda ini digunakan untuk mengetahui pengaruh efikasi diri generasi milenial (X_1) dan motivasi (X_2) terhadap keputusan berwirausaha (Y). Model yang digunakan untuk menduga pengaruh tersebut adalah:

Tabel 4.13
Hasil Analisis Regresi Berganda

Nama Variabel	B	Std Error	t_{hitung}	t_{tabel}	Sig.
Konstanta	-1,051	3,412	-0,308	2,052	0,761
Efikasi Diri (X_1)	0,513	0,074	6,904	2,052	0,000
Motivasi (X_2)	0,251	0,137	1,828	2,052	0,079

Sumber: Hasil Penelitian, 2024 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.13 diatas terlihat bahwa data output dari analisis regresi linier berganda yang dianalisis menggunakan SPSS maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = -1,051 + 0,513 X_1 + 0,251 X_2$$

Persamaan regresi di atas memiliki makna sebagai berikut:

4.4.1.1 Koefisien Regresi

1. Dalam penelitian nilai konstanta adalah -1,051, artinya bila mana efikasi diri generasi milenial (X_1), dan motivasi (X_2) dianggap konstan, maka keputusan berwirausaha pada pengusaha usaha kuliner yang berada di Kota Banda Aceh adalah sebesar -1,051 pada satuan skala likert.

2. Koefisien regresi efikasi diri generasi milenial (X_1) sebesar 0,513, artinya setiap 100 % perubahan dalam variabel efikasi diri generasi milenial (X_1) secara relatif akan meningkatkan keputusan berwirausaha pada pengusaha di bidang kuliner di Kota Banda Aceh sebesar 51,3 % dengan asumsi variabel motivasi (X_2) dianggap konstan.
3. Koefisien regresi motivasi (X_2) sebesar 0,251, artinya setiap 100 % perubahan dalam variabel motivasi (X_2) secara relatif akan meningkatkan keputusan berwirausaha pada pengusaha di bidang kuliner di Kota Banda Aceh sebesar 25,1 % dengan asumsi variabel efikasi diri generasi milenial (X_1) dianggap konstan.

4.4.1.2 Koefisien Korelasi (R) dan Determinasi (R^2)

Analisis ini digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua atau lebih yaitu antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y) secara serentak yang menunjukkan seberapa besar hubungan yang terjadi antara variabel X secara serentak dengan variabel Y. Nilai R berkisar antara 0 sampai 1, nilai semakin mendekati 1 berarti hubungan yang terjadi semakin kuat, sebaliknya nilai semakin mendekati 0 maka hubungan yang terjadi semakin lemah. Dari output SPSS dapat diketahui tingkat hubungan variabel bebas dengan variabel terikat antara lain:

Tabel 4.14
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,809 ^a	0,654	0,628	1,865

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer (2024)

Berdasarkan dari output komputer diatas maka diperoleh koefisien korelasi dalam penelitian diperoleh nilai sebesar 0,809 dimana dengan nilai tersebut terdapat hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat adalah sebesar 80,9%. Artinya faktor Efikasi Diri Generasi Milenial (X_1) dan Motivasi (X_2) mempunyai hubungan yang sangat kuat terhadap Keputusan Berwirausaha (Y) pada generasi milenial yang berwirausaha di Banda Aceh.

Sementara itu koefisien determinasi yang diperoleh dengan nilai sebesar 0,628 artinya bahwa sebesar 62,8% perubahan-perubahan dalam variabel terikat (Keputusan Berwirausaha pada generasi milenial yang berwirausaha di Kota Banda Aceh) dapat dijelaskan oleh perubahan-perubahan faktor Efikasi Diri Generasi Milenial (X_1), dan Motivasi (X_2). Sedangkan selebihnya sebesar 37,2% dijelaskan oleh faktor-faktor lain diluar dua variabel yang telah dijelaskan diatas seperti perencanaan, inovasi, kreasi dan ketersediaan modal.

4.4.2 Uji t (Uji Parsial)

Untuk menguji pengaruh efikasi diri generasi milenial dan motivasi terhadap keputusan berwirausaha di bidang industri kreatif kuliner di Kota Banda Aceh secara parsial, digunakan uji Statistik t (uji t). Apabila nilai $t_{hitung} > \text{nilai } t_{Tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sebaliknya apabila nilai $t_{hitung} < \text{nilai } t_{Tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Hasil pengujian hipotesis secara parsial dapat dilihat pada Tabel 4.13. Dapat ketahui besarnya nilai t_{hitung} dari setiap variabel independen dalam penelitian ini. Nilai t_{hitung} dari setiap variabel independen akan dibandingkan dengan nilai t_{Tabel} dengan menggunakan tingkat kepercayaan (*confidence interval*) 95% atau $\alpha = 0,05$.

4.4.2.1 Variabel Efikasi Diri Generasi Milenial (X_1)

Pengaruh efikasi diri generasi milenial (X_1) terhadap variabel keputusan berwirausaha (Y) secara parsial dapat dilihat pada Tabel 4.13. Nilai t_{hitung} (6,904) lebih besar dari t_{tabel} (2,052), maka keputusannya adalah menerima H_{a1} dan menolak H_{01} . Dari hasil uji signifikansi secara parsial bahwa efikasi diri generasi milenial berpengaruh dengan signifikan terhadap keputusan berwirausaha di bidang industri kreatif kuliner di Kota Banda Aceh. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hapsari & Salima (2023) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif antara efikasi diri generasi milenial terhadap keputusan berwirausaha di bidang ekonomi kreatif. Adapun penelitian lain yang dilakukan oleh Damanik & Purba (2021) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif antara wirausaha, dan efikasi diri terhadap keputusan berwirausaha dan juga penelitian yang dilakukan oleh Dewi & Widhiyani (2020) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif antara efikasi diri terhadap pengambilan keputusan berwirausaha.

4.4.2.2 Pengaruh Motivasi (X_2)

Pengaruh motivasi (X_2) terhadap variabel keputusan berwirausaha (Y) secara parsial dapat dilihat pada Tabel 4.13. Nilai t_{hitung} (1,828) lebih kecil dari t_{tabel} (2,052), maka keputusannya adalah menolak H_{a2} dan menerima H_{02} . Dari hasil uji signifikansi secara parsial bahwa motivasi tidak berpengaruh terhadap keputusan berwirausaha di bidang industri kreatif kuliner di Kota Banda Aceh. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Santoso & Wijaya (2024) yang menyatakan bahwa motivasi tidak mempengaruhi minat wirausaha anggota GKI Serpong. Adapun penelitian lain yang dilakukan oleh Agusra (2021) yang mengatakan bahwa Motivasi tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa program studi manajemen STIE

Persada Bunda dan juga penelitian yang dilakukan oleh Hendrawan dan Sirine (2017) juga mengatakan hal yang sama bahwa motivasi yang dimiliki oleh mahasiswa FEB UKSW konsentrasi kewirausahaan tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha.

4.4.3 Uji F (Uji Simultan)

Untuk menguji pengaruh efikasi diri generasi milenial dan motivasi secara simultan terhadap keputusan berwirausaha di bidang industri kreatif kuliner di Kota Banda Aceh digunakan uji Statistik F (uji F). Apabila nilai $F_{hitung} > \text{nilai } F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sebaliknya apabila nilai $F_{hitung} < \text{nilai } F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Hasil uji secara bersama-sama dapat dilihat pada Tabel 4.13 berikut:

Tabel 4.15
Annova

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F_{hitung}	F_{Tabel}	Sig
Regresion	177,560	2	88,780	25,517	3,354	0,000 ^b
Residual	93,940	27	3,479			
Total	271,500	21				

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer (2024)

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 25,517 dengan signifikasi 0,000, sedangkan F_{tabel} pada tingkat kepercayaan (*confidence interval*) 95% atau $\alpha = 0,05$ adalah 3,354. Dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} , maka $F_{hitung} (25,517) > F_{tabel} (3,354)$. Keputusannya adalah H_{03} ditolak dan H_{a3} diterima, artinya pengujian secara simultan variabel efikasi diri generasi milenial (X_1) dan motivasi (X_2) berpengaruh dengan signifikan terhadap keputusan berwirausaha di bidang industri kreatif kuliner di Kota Banda Aceh. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sulastri & Pangestu (2022) Yang menunjukkan bahwa efikasi diri dan motivasi berwirausaha secara simultan berpengaruh terhadap minat wirausaha mahasiswa. Adapun penelitian lain yang

dilakukan oleh Oei, dkk (2022) yang menunjukkan bahwa motivasi dan efikasi diri secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Sam Ratulangi dan penelitian yang dilakukan oleh Safitri, dkk (2024) yang menunjukkan bahwa Pengetahuan, Motivasi dan Self Efficacy secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha.

4.5 Implikasi Penelitian

Dari hasil penelitian dapat dikatakan bahwa efikasi diri memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan berwirausaha. Tingkat pengambilan keputusan seseorang untuk berwirausaha akan semakin tinggi jika tingkat efikasi diri yang dimiliki oleh orang tersebut semakin besar. Efikasi diri yang tinggi yang dimiliki seseorang akan menjadikannya lebih andal dalam memprediksi memutuskan untuk memulai sebuah usaha bisnis dan juga akan berkorelasi positif dengan keberhasilan dalam menjalankan bisnis.

Variabel motivasi tidak mempengaruhi keputusan untuk berwirausaha karena tingkat motivasi pada setiap orang berbeda, seseorang yang memiliki motivasi yang tinggi akan lebih yakin dalam melakukan sesuatu. Sebaliknya, seseorang yang memiliki motivasi yang rendah akan ragu-ragu dalam untuk memulai suatu usaha. Oleh karena itu, motivasi sangat berdampak pada seseorang dalam mengembangkan potensi dan mengejar prestasi serta mempengaruhi kepercayaan diri dalam bersosialisasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Agusra, D. (2021). Pengaruh Pengetahuan, Motivasi dan Lingkungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Manajemen. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 2 (1), 68-76.
- Aji, R. A. D., Sugiyo and Suharta, H. (2020) 'The effects of individual attitudes, academic support and social support towards entrepreneurial intentions in management study program of economics & business faculty at X University', *Palarch's Journal of Archaeology of Egypt/ Egyptology*, 17 (5), 671–690.
- Azizah, E. N., & Aeni, C. (2020). Pengaruh Smartphone dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Keputusan Berwirausaha Bagi Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi UNIROW Tuban. *Prosiding SnasPPM* 5 (2) 433–439.
- Damanik, S. W. H., & Purba, R. (2021). The effect of enterprise characteristics and self efficacy on entrepreneurial decisions. *BASKARA : Jurnal of Business and Entrepreneurship*, 3 (2), 49-57.
- Dewi, M. K., & Widhiyani, N. L. S. (2020). The influence of self efficacy, e-Commerce and entrepreneurial education in decision making for entrepreneurs (case study of Accounting major students Faculty of Economics and Business, Udayana University). *International Journal of Management and Commerce Innovations*, 8 (2), 124–131.
- Etiono, M. D., Suharto, A., & Wibowo, Y. G. (2024). Pengaruh Perilaku Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha Pada Pengusaha Generasi Z Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember. *Master: Jurnal Manajemen dan Bisnis Terapan*, 3 (2), 118-131.
- Ferli, O. (2023). Pengaruh Mental dan Motivasi Wirusaha Terhadap Perkembangan UMKM pada Asosiasi UMKM Pondok Petir Sejahtera, Bojongsari, Depok. *COMSERVA: Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*, 3 (3), 929-940.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, T. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Tingkat Pendapatan Terhadap Keputusan Investasi Pada Mahasiswa Akuntansi Kota Batam. *Skripsi*. (tidak diterbitkan). Batam : Fakultas Ilmu Sosial Dan Humaniora. Universitas Putra Batam.

- Hapsari, T.P., dan Salima, S. (2023). Efikasi Diri Generasi Milenial Dan Keputusan Berwirausaha Di Bidang Ekonomi Kreatif. *Jurnal Kewirausahaan dan Bisnis*, 28 (1), 30-35.
- Hasan, M., Arisah, N., Sasmita, F. A., Miranda, M., Putri, A. A., & Pattisina, C. D. (2021). Perilaku Berwirausaha Generasi Milenial di Era Pandemi COVID-19. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 13 (1), 224-240.
- Hendrawan, J. S., & Sirine, H. (2017). Pengaruh sikap mandiri, motivasi, pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha (Studi kasus pada mahasiswa FEB UKSW Konsentrasi Kewirausahaan). *AJIE (Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship)*, 2 (03), 291-314.
- Indriantoro, Nur, dan Bambang Supomo (2018), *Metodologi Penelitian Bisnis. Untuk Akuntansi Dan Manajemen*, Yogyakarta: BPFE UGM.
- Jehan R, Amelia & Moch Farizal Wibowo (2019), “Pengambilan Keputusan Dalam Memulai Usaha bagi Mahasiswa”, Universitas Narotama Surabaya. Penelitian dipublikasikan.
- Khoiri, M., Rustam, T. A., & Haldy, M. (2023). Pembinaan Motivasi dan Pelatihan Digital Marketing Bagi Siswa SMK Muhammdiyah 1 Kota Batam. *Jurnal Abdi Anjani*, 1 (2), 47-52.
- Kifly, A. Z., & Kamaruddin, S. A. (2024). Konsep Kerwirauahaan dan Wirausaha. *Jurnal Inovsi Pendidikan*, 7 (2).
- Limbak, A. A., Nursiani, N. P., & Fanggidae, R. E. (2023). Pengaruh Motivasi Dan Lingkungan Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Pada Marketplace Facebook Kota Kupang). *Jurnal Relevansi: Ekonomi, Manajemen dan Bisnis*, 7 (2), 141-150.
- Lubis, P. K. D., & Maha, J. M. (2021). Pengaruh Mental Dan Modal Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Dengan Motivasi Sebagai Variabel Intervening Pada Mahasiswa Pendidikan. *Jurnal UNIMED*, 10 (1), 50–61.
- Meirani, M., & Lestari, L. P. (2022). Pengaruh Prestasi dan Efikasi Diri terhadap Minat Berwirausaha pada mahasiswa pendidikan ekonomi fkip Universitas Muhammadiyah Bengkulu. *Jurnal Multidisiplin Dehasen (MUDE)*, 1 (4), 469-472.
- Minah, T. M., & Soelaiman, L. (2024). Peran Pendidikan Kewirausahaan Dalam Membangun Jiwa Wirausaha Generasi Z Melalui Efikasi Diri Dan Pola Pikir Entrepreneurial. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 8 (1), 63-74.

- Machali, I. (2021). Meode Penelitian Kuantitatif. In A. Q. Habib (Ed.), *Laboratorium Penelitian dan Pengembangan Farmaka Tropis Fakultas Farmasi Universitas Mualawarman, Samarinda, Kalimantan Timur*. Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Misnawati, M., Aziz, A., Anwarsani, A., Rahmawati, S., Poerwadi, P., Christy, N. A., Ramadhan, I. Y., Mingvianita, Y., Lestariningsy, S. R., & Veniaty, S. (2022). Pemberdayaan Kewirausahaan Untuk Anak Tunarungudengan Pembuatan Selai Nanas. *J-Abdi: Jurnal Pengabdian Kepada masyarakat*, 1 (10), 2823–2842.
- Munawar. (2019). Pengaruh pendidikan kewirausahaan dan self efficacy terhadap minat berwirausaha siswa. *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan KALUNI*, 2 (1), 398–406.
- Murti, B. (2011). *Validitas dan Reliabilitas Pengukuran*. Semarang: UNS.
- Nabilah, A., & Kurniawan, R. Y. (2022). Pengaruh efikasi diri, pengetahuan kewirausahaan dan motivasi berprestasi terhadap minat berwirausaha sebagai mediasi pada siswa Kelas X IPS SMA Negeri 1 Driyorejo. *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 17 (3), 491-502.
- Nugroho, S., & Sulistyowati, S. N. (2020). Pengaruh *self efficacy* terhadap minat berwirausaha mahasiswa STKIP PGRI Jombang. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 14 (2), 275-280.
- Nurchayono, J., & Sulistyowati, N.W. (2021). Keputusan Berwirausaha Alumni Pendidikan Akuntansi Unipma Dipengaruhi Pengetahuan Akuntansi dan Jiwa Kewirausahaan. *Tangible Journal* 6 (1), 66–76-66–76.
- Nurdwiratno, M. I., Eryanto, H., & Usman, O. (2023). Pengaruh Locus Of Control dan Norma Subjektif Terhadap Intensi Berwirausaha Melalui Sikap Berwirausaha Pada Mahasiswa Fe Unj. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 2 (2), 583-596.
- Oei, A., Sendow, G. M., & Lumantow, R. Y. (2022). Pengaruh Motivasi dan Efikasi Diri Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Sam Ratulangi. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10 (4), 1007-1017.
- Prihartini, E., & Sopiyan, P. (2023). Pengaruh Motivasi Dan Modal Usaha Terhadap Keputusan Berwirausaha. *J-Aksi: Jurnal Akuntansi Dan Sistem Informasi*, 4 (2), 143-149.
- Ratri, A. L. K. (2023). Faktor faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha pada mahasiswa di stie malangkecewara (*Doctoral dissertation*, STIE Malangkecewara).

- Safitri, R. (2020). Pengaruh motivasi wirausaha dan mental wirausaha terhadap minat wirausaha. *IQTISHODUNA: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 16 (1), 73–82.
- Sefudin, A., Mulyani, D., Saputra, A., & Waskito, T. P. (2023). Meningkatkan Motivasi Dalam Berwirausaha Pada Para Pengrajin Dan Pengusaha Lanting Di Kebumen. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Bangun Cipta, Rasa, & Karsa*, 2 (4), 111-114.
- Safitri, S., Usdeldi, U., & Ridho, M. T. (2024). Pengaruh Pengetahuan, Motivasi Dan Self Efficacy Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8 (1), 12382-12391.
- Setiani, R., Dahmiri, & Indrawijaya, S. (2019). Pengaruh Motivasi Dan Sikap Wirausaha Terhadap Keputusan Berwirausaha Wanita Di Kota Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 8 (1), 46-58.
- Srimulyani, V. A., & Hermanto, Y. B. (2021). Impact of entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurial motivation on micro and small business success for food and beverage sector in East Java, Indonesia. *Economies*, 10 (1), 10.
- Sudirman, A., Naningsih, N., & Wairisal, P., L. (2022). *Kewirausahaan Era Society 5.0*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Suryana, Y. (2015). *Metode Penelitian Manajemen Pendidikan*. Jakarta: Badan Pustaka Setia.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sukardi. (2023). Analisis Kompetensi Kewirausahaan Mahasiswa Menggunakan ServQual : Ke Arah Perbaikan Kualitas Pembelajaran Kewirausahaan. *Journal of Classroom Action Research*, 5 (1).
- Sulastri, A. N., & Pangestu, E. R. (2022). Pengaruh Efikasi Diri dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Wirausaha mahasiswa. *Brainy: Jurnal Riset Mahasiswa*, 3 (2), 43-50.
- Supandi, A., & Burhanudin, B. (2024). Peran Pendidikan Kewirausahaan Dalam Meningkatkan Motivasi Dan Inovasi Berwirausaha Pada Siswa Smk. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran (JRPP)*, 7 (1), 89-92.
- Syahid, S., & Apriyanti, M. E. (2019). Lingkungan Kerja dan Motivasi Pengaruhnya Terhadap Minat Berwirausaha. *Sosio E-Kons*, 11 (1).

Syahputra, E. (2020). *Snowball Throwing Tingkatkan Minat dan Hasil Belajar*. Sukabumi: CV. Haura Publishing.

Wijaya, A., & Santoso, S. (2024). Pengaruh motivasi dan kompetensi terhadap minat berwirausaha anggota jemaat gki serpong di masa pandemi. *Management and Sustainable Development Journal*, 6 (1), 124-140.

Lampiran I

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH EFIKASI DIRI GENERASI MILENIAL DAN MOTIVASI TERHADAP KEPUTUSAN BERWIRAUSAHA DI BIDANG INDUSTRI KREATIF KULINER DI KOTA BANDA ACEH

Kuesioner ini digunakan untuk pengumpulan data dalam rangka penelitian skripsi sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Program Studi Kewirausahaan Universitas Muhammadiyah Aceh. Sesuai dengan judul kuesioner, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui **Pengaruh Efikasi Diri Generasi Milenial dan Motivasi terhadap Berwirausaha Di Bidang Industri Kreatif Kuliner Di Kota Banda Aceh**. Peneliti mengharapkan kesediaan Anda untuk mengisi bagian pertama kuesioner ini secara lengkap serta memberikan penilaian atas persyaratan-persyaratan di bagian kedua kuesioner ini sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.

BAGIAN I: DATA DIRI RESPONDEN

Untuk keperluan validitas jawaban kuesioner dan analisis data, kami memerlukan data mengenai diri Anda sebagai pengisi kuesioner. Mengingat data dapat mempengaruhi keakuratan penelitian ini, peneliti mohon dengan sangat agar diisi dengan sebaik-baiknya. Bagian ini diisi dengan memberikan tanda check list (√) pada kotak yang sesuai.

1. Jenis Kelamin

- ☐ Laki-Laki
☐ Perempuan

2. Usia

- ☐ <35 Tahun
☐ 35-45 Tahun
☐ >45 Tahun

3. Status Perkawinan

- ☐ Menikah
☐ Belum Menikah
☐ Janda
☐ Duda

4. Tingkat Pendidikan

- ☐ SLTA
☐ Sarjana (S1)
☐ Pascasarjana (S2)

5. Lama Bekerja

- ☐ <5 tahun
☐ 6-10 Tahun
☐ 11-15 Tahun
☐ 16-20 Tahun
☐ >20 Tahun

BAGIAN PERTANYAAN PENELITIAN

Anda diminta memberikan pilihan respon pada pertanyaan terkait, dengan menandai tanda *check list* (✓) pada alternatif jawaban yang dianggap paling sesuai.

A. Keputusan Berwirausaha

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1	Saya memiliki perhatian yang tinggi terhadap dunia usaha.					
2	Saya senang berwirausaha.					
3	Saya memiliki ketertarikan yang tinggi terhadap dunia usaha.					
4	Saya berkeinginan membangun usaha yang sukses.					

B. Efikasi Diri

1	Saya memiliki keyakinan mengidentifikasi peluang bisnis.					
2	Saya memiliki keyakinan mampu berpikir secara kreatif didunia berwirausaha.					
3	Saya memiliki keyakinan mengkomersilkan ide bisnis.					
4	Saya memiliki keyakinan mengembangkan wirausaha.					
5	Saya memiliki kesiapan diri untuk menjadi wirausaha.					
6	Saya memiliki keyakinan untuk memulai bisnis.					

C. Motivasi

1	Saya memiliki percaya diri yang tinggi terhadap dunia bisnis.					
2	Saya memiliki inovatif yang tinggi dalam mengembangkan usaha.					
3	Saya ingin menjadi pemimpin dalam dunia usaha.					
4	Usaha saya efektif dan efisien dalam aktivitasnya.					
5	Bisnis saya berorientasi untuk jangka Panjang.					

___TERIMA KASIH TELAH MELUANGKAN WAKTUNYA___

Lampiran II : Tabulasi Data Penelitian

Karakteristik Responden						Efikasi diri						Motivasi					Keputusan Berwirausaha						
No	JK	Usia	Status Perkawinan	Tingkat Pendidikan	Lama Bekerja	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	Total	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Total	Y1	Y2	Y3	Y4	Total
1	Perempuan	35-45 tahun	Menikah	Sarjana (SI)	6-10 tahun	5	5	4	4	5	5	28	5	4	4	4	4	21	5	5	4	4	18
2	Perempuan	35-45 tahun	Menikah	Sarjana (SI)	<5 tahun	3	4	5	5	4	3	24	3	4	3	3	3	17	5	4	4	4	17
3	Perempuan	>45 tahun	Menikah	Sarjana (SI)	6-10 tahun	3	5	5	5	4	4	26	5	3	4	5	5	22	5	4	4	4	17
4	Perempuan	>45 tahun	Menikah	Sarjana (SI)	11-15 tahun	3	4	5	4	4	5	25	5	5	5	5	5	25	3	4	4	4	15
5	Perempuan	35-45 tahun	Menikah	Sarjana (SI)	6-10 tahun	4	4	5	4	5	4	26	3	3	4	3	4	17	5	5	4	4	18
6	Perempuan	<35 tahun	Menikah	Sarjana (SI)	<5 tahun	4	5	4	5	5	4	27	5	5	5	5	4	24	4	5	4	5	18
7	Perempuan	35-45 tahun	Menikah	Sarjana (SI)	6-10 tahun	4	4	5	5	4	5	27	3	5	5	3	4	20	5	5	4	5	19
8	Laki-Laki	<35 tahun	Belum menikah	Sarjana (SI)	<5 tahun	4	4	5	5	3	4	25	4	4	4	4	5	21	4	4	5	5	18
9	Laki-Laki	<35 tahun	Menikah	Sarjana (SI)	<5 tahun	5	4	3	4	5	4	25	5	5	3	4	4	21	5	4	4	4	17
10	Laki-Laki	35-45 tahun	Menikah	Sarjana (SI)	<5 tahun	5	4	3	4	5	4	25	5	5	5	5	5	25	4	5	4	4	17
11	Laki-Laki	>45 tahun	Menikah	Sarjana (SI)	11-15 tahun	3	4	5	3	4	5	24	4	4	4	5	4	21	3	4	5	4	16
12	Laki-Laki	>45 tahun	Menikah	Sarjana (SI)	11-15 tahun	3	5	5	4	4	5	26	3	3	3	3	3	16	4	4	4	5	17
13	Laki-Laki	>45 tahun	Menikah	Sarjana (SI)	16-20 tahun	3	4	4	5	5	4	25	5	5	5	4	5	24	5	4	5	5	19
14	Laki-Laki	<35 tahun	Belum menikah	SLTA	6-10 tahun	4	4	4	4	4	5	25	4	3	4	4	4	19	4	4	5	4	17
15	Perempuan	35-45 tahun	Menikah	SLTA	<5 tahun	4	4	4	4	4	4	24	5	5	5	4	5	24	4	4	5	4	17
16	Laki-Laki	<35 tahun	Belum menikah	SLTA	6-10 tahun	4	2	4	5	4	4	23	3	5	5	3	5	21	4	4	5	5	18
17	Laki-Laki	<35 tahun	Belum menikah	Sarjana (SI)	<5 tahun	4	5	4	4	5	4	26	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
18	Perempuan	<35 tahun	Belum menikah	Sarjana (SI)	<5 tahun	5	5	5	5	5	5	30	5	5	4	5	4	23	5	5	5	5	20
19	Perempuan	<35 tahun	Belum menikah	SLTA	<5 tahun	3	4	3	4	4	3	21	4	4	4	4	5	21	4	4	5	5	18
20	Perempuan	<35 tahun	Belum menikah	SLTA	<5 tahun	3	4	3	3	3	3	19	5	5	5	4	4	23	4	3	5	5	17
21	Perempuan	<35 tahun	Belum menikah	Sarjana (SI)	<5 tahun	4	5	5	5	4	5	28	5	5	4	5	4	23	5	5	5	5	20
22	Perempuan	<35 tahun	Belum menikah	SLTA	<5 tahun	1	1	1	1	1	1	6	4	4	4	4	5	21	1	2	5	1	9
23	Laki-Laki	<35 tahun	Belum menikah	Sarjana (SI)	<5 tahun	4	4	4	4	4	4	24	5	5	4	4	4	22	4	4	4	4	16
24	Perempuan	<35 tahun	Menikah	Sarjana (SI)	<5 tahun	4	4	4	4	4	4	24	5	3	3	5	5	21	5	4	4	5	18
25	Laki-Laki	<35 tahun	Belum menikah	SLTA	<5 tahun	3	2	4	3	2	5	19	3	4	4	3	4	18	2	3	4	2	11
26	Laki-Laki	35-45 tahun	Menikah	Sarjana (SI)	6-10 tahun	3	4	5	4	3	4	23	5	4	5	4	4	22	3	4	4	4	15
27	Laki-Laki	<35 tahun	Belum menikah	SLTA	<5 tahun	1	4	1	2	4	1	13	5	4	5	4	4	22	1	2	1	3	7
28	Perempuan	35-45 tahun	Menikah	SLTA	<5 tahun	5	4	5	5	4	3	26	4	3	3	3	3	16	4	2	3	3	12
29	Laki-Laki	35-45 tahun	Menikah	Sarjana (SI)	6-10 tahun	5	5	4	4	4	5	27	4	3	4	5	3	19	5	4	5	4	18
30	Laki-Laki	35-45 tahun	Menikah	SLTA	6-10 tahun	4	4	4	5	5	4	26	5	5	5	4	5	24	5	5	5	5	20

Lampiran III : Karakteristik Frekuensi Responden

Jenis Kelamin					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	15	50.0	50.0	50.0
	Perempuan	15	50.0	50.0	100.0
Total		30	100.0	100.0	

Usia					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<35	15	50.0	50.0	50.0
	35-45	10	33.3	33.3	83.3
	>45	5	16.7	16.7	100.0
Total		30	100.0	100.0	

Status Perkawinan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Menikah	18	60.0	60.0	60.0
	Belum Menikah	12	40.0	40.0	100.0
Total		30	100.0	100.0	

Tingkat Pendidikan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SLTA	10	33.3	33.3	33.3
	Sarjana	20	66.7	66.7	100.0
Total		30	100.0	100.0	

Lama Bekerja					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<5 Tahun	17	56.7	56.7	56.7
	6-10 Tahun	9	30.0	30.0	86.7
	11-15 Tahun	3	10.0	10.0	96.7
	15-20 Tahun	1	3.3	3.3	100.0
Total		30	100.0	100.0	

Lampiran IV : Distribusi Frekuensi Jawaban Responden

1. Variabel Efikasi Diri Generasi Milenial (X₁)

Statistics							
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6
N	Valid	30	30	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0	0	0
Mean		3.67	4.03	4.07	4.10	4.03	4.00
Median		4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00
Std. Deviation		1.028	.928	1.081	.960	.928	1.050
Sum		110	121	122	123	121	120

a. Multiple modes exist. The smallest value is shown

Frequency Table

X1.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	6.7	6.7	6.7
	3	10	33.3	33.3	40.0
	4	12	40.0	40.0	80.0
	5	6	20.0	20.0	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

X1.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	3.3	3.3	3.3
	3	2	6.7	6.7	10.0
	4	19	63.3	63.3	73.3
	5	8	26.7	26.7	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

X1.3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	6.7	6.7	6.7
	3	4	13.3	13.3	20.0
	4	12	40.0	40.0	60.0
	5	12	40.0	40.0	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

X1.4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	3.3	3.3	3.3
	3	1	3.3	3.3	6.7
	4	3	10.0	10.0	16.7
	5	14	46.7	46.7	63.3
	Total	11	36.7	36.7	100.0

X1.5					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	3.3	3.3	3.3
	3	1	3.3	3.3	6.7
	4	3	10.0	10.0	16.7
	5	16	53.3	53.3	70.0
	Total	9	30.0	30.0	100.0

X1.6					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	6.7	6.7	6.7
	3	4	13.3	13.3	20.0
	4	14	46.7	46.7	66.7
	5	10	33.3	33.3	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

2. Variabel Motivasi (X₂)

Frequencies

Statistics						
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5
N	Valid	30	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		4.33	4.20	4.20	4.10	4.27
Median		5.00	4.00	4.00	4.00	4.00
Std. Deviation		0.802	0.805	0.714	0.759	0.583
Sum		130	126	126	123	128

Frequency Table

X2.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	6	20.0	20.0	20.0
	4	8	26.7	26.7	46.7
	5	16	53.3	53.3	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

X2.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	7	23.3	23.3	23.3
	4	10	33.3	33.3	56.7
	5	13	43.3	43.3	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

X2.3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	5	16.7	16.7	16.7
	4	14	46.7	46.7	63.3
	5	11	36.7	36.7	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

X2.4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	7	23.3	23.3	23.3
	4	13	43.3	43.3	66.7
	5	10	33.3	33.3	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

X2.5					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	2	6.7	6.7	23.3
	4	18	60.0	60.0	66.7
	5	10	33.3	33.3	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

3. Variabel Keputusan Berwirausaha (Y)

Frequencies

		Statistics			
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4
N	Valid	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0
Mean		4.03	4.00	4.30	4.17
Median		4.00	4.00	4.00	4.00
Std. Deviation		1.129	.871	.837	.950
Sum		121	120	129	125

Frequency Table

Y.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	6.7	6.7	6.7
	2	1	3.3	3.3	10.0
	3	3	10.0	10.0	20.0
	4	12	40.0	40.0	60.0
	5	12	40.0	40.0	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Y.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	3	10.0	10.0	10.0
	3	2	6.7	6.7	16.7
	4	17	56.7	56.7	73.3
	5	8	26.7	26.7	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Y.3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	3.3	3.3	3.3
	3	1	3.3	3.3	6.7
	4	15	50.0	50.0	56.7
	5	13	43.3	43.3	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Y.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	3.3	3.3	6.7
	2	1	3.3	3.3	10.0
	3	2	6.7	6.7	20.0
	4	14	46.7	46.7	60.0
	5	12	40.0	40.0	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Lampiran V: Hasil Uji Validitas Dan Reabilitas

Reliability

Scale: Efikasi Diri Generasi Melenial (X1)

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.871	6

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
X1.1	3.67	1.028	30
X1.2	4.03	.928	30
X1.3	4.07	1.081	30
X1.4	4.10	.960	30
X1.5	4.03	.928	30
X1.6	4.00	1.050	30

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	20.23	15.151	.692	.845
X1.2	19.87	16.257	.619	.857
X1.3	19.83	14.971	.671	.849
X1.4	19.80	15.131	.763	.833
X1.5	19.87	16.326	.608	.859
X1.6	19.90	15.128	.675	.848

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
23.90	21.748	4.664	6

Reliability

Scale: Motivasi (X2)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.716	5

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
X2.1	4.33	.802	30
X2.2	4.20	.805	30
X2.3	4.20	.714	30
X2.4	4.10	.759	30
X2.5	4.27	.583	30

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	16.77	3.840	.599	.613
X2.2	16.90	4.093	.500	.659
X2.3	16.90	4.369	.499	.659
X2.4	17.00	4.483	.408	.696
X2.5	16.83	5.040	.377	.704

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
21.10	6.369	2.524	5

Reliability

Scale: Keputusan Berwirausaha (Y)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.816	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Y1	4.03	1.129	30
Y2	4.00	.871	30
Y3	4.30	.837	30
Y4	4.17	.950	30

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	12.47	4.533	.739	.719
Y2	12.50	5.569	.738	.725
Y3	12.20	6.924	.395	.864
Y4	12.33	5.333	.713	.731

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
16.50	9.362	3.060	4

Lampiran VI : Regresion

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.809 ^a	.654	.628	1.865
a. Predictors: (Constant), Motivasi, Efikasi Diri Generasi Milenial				
b. Dependent Variable: Keputusan Berwirausaha				

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	177.560	2	88.780	25.517	.000 ^b
	Residual	93.940	27	3.479		
	Total	271.500	29			
a. Dependent Variable: Keputusan Berwirausaha						
b. Predictors: (Constant), Motivasi, Efikasi Diri Generasi Milenial						

Coefficients^a

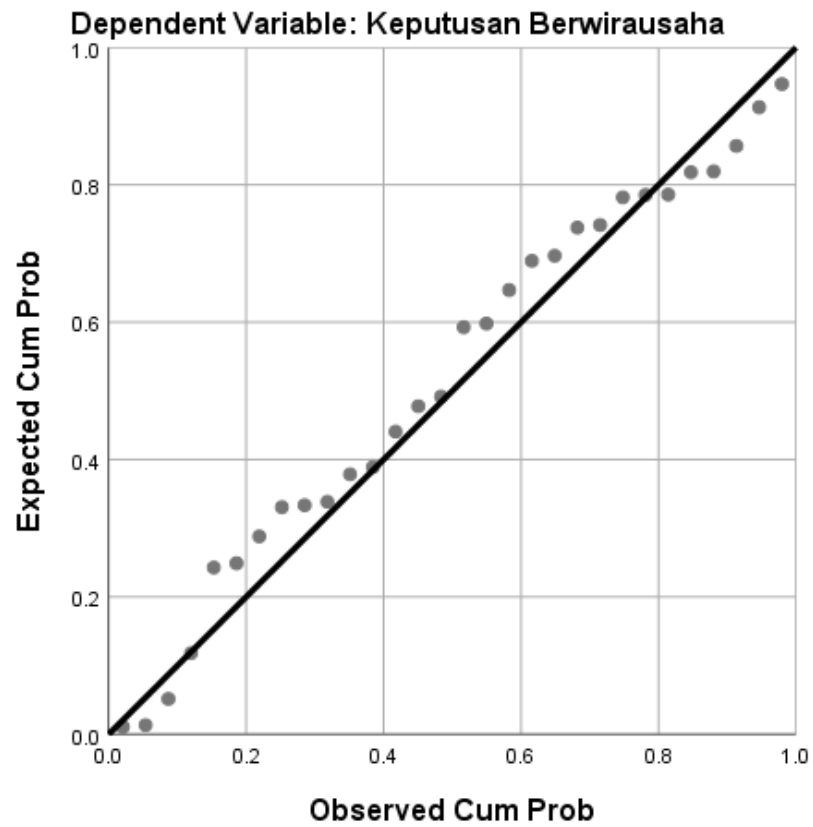
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.933	3.225		0,599	.554
	Efikasi Diri Generasi Milenial	.507	.068	.813	7,429	.000
	Motivasi	.122	.133	.101	0,919	.366
a. Dependent Variable: Keputusan Berwirausaha						

Coefficients^a

Model		Sig.	Collinearity Statistics	
			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.554		
	Efikasi Diri Generasi Milenial	.000	.999	1.001
	Motivasi	.366	.999	1.001
a. Dependent Variable: Keputusan Berwirausaha				

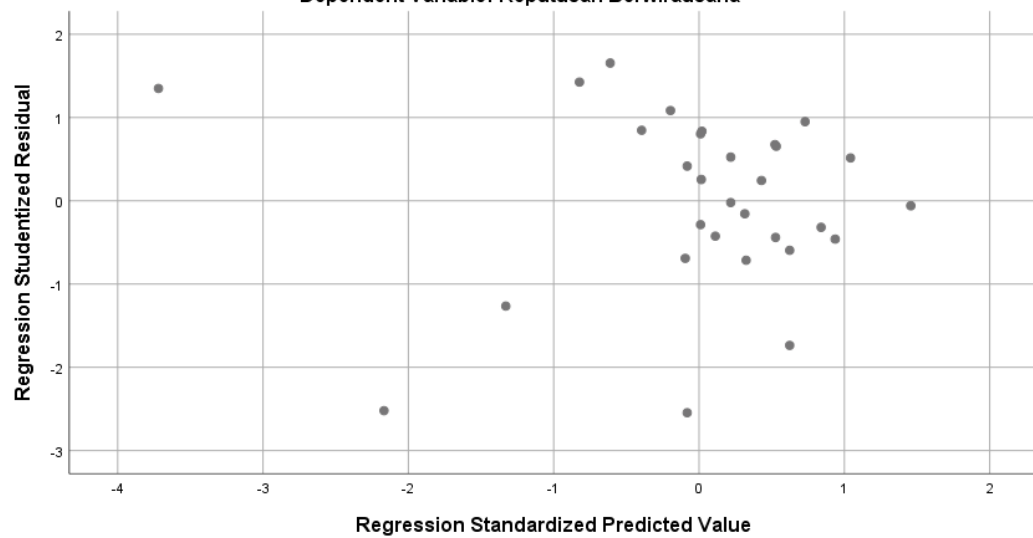
Charts

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Scatterplot

Dependent Variable: Keputusan Berwirausaha



Lampiran VII : Tabel r, Tabel t Dan Tabel F Pada Tingkat 95 %

**Nilai-Nilai r Product Moment
Pada Keyakinan 95%**

n	Nilai r	n	Nilai r	n	Nilai r
3	0,997	27	0,381	55	0,266
4	0,950	28	0,374	60	0,254
5	0,878	29	0,367	65	0,244
6	0,811	30	0,361	70	0,235
7	0,754	31	0,355	75	0,227
8	0,707	32	0,349	80	0,220
9	0,666	33	0,344	85	0,213
10	0,632	34	0,339	90	0,207
11	0,602	35	0,334	91	0,203
12	0,576	36	0,329	92	0,202
13	0,553	37	0,325	93	0,201
14	0,532	38	0,320	94	0,200
15	0,514	39	0,316	95	0,199
16	0,497	40	0,312	96	0,198
17	0,482	41	0,308	100	0,194
18	0,468	42	0,304	125	0,176
19	0,456	43	0,301	150	0,159
20	0,444	44	0,297	175	0,148
21	0,433	45	0,294	200	0,138
22	0,423	46	0,291	300	0,113
23	0,413	47	0,288	400	0,098
24	0,404	48	0,284	500	0,088
25	0,396	49	0,281	600	0,080
26	0,388	50	0,279	700	0,074

Note: n = Jumlah Sampel

Untuk uji validitas..lihat ditabel corrected item-Total Correlation>

Nilai t Tabel Keyakinan 95%

DF	Tingkat Keyakinan			
	99%	97,5%	95%	90%
1	63,656	25,452	12,706	6,314
2	9,925	6,205	4,303	2,920
3	5,841	4,177	3,182	2,353
4	4,604	3,495	2,776	2,132
5	4,032	3,163	2,571	2,015
6	3,707	2,969	2,447	1,943
7	3,499	2,841	2,365	1,895
8	3,355	2,752	2,306	1,860
9	3,250	2,685	2,262	1,833
10	3,169	2,634	2,228	1,812
11	3,106	2,593	2,201	1,796
12	3,055	2,560	2,179	1,782
13	3,012	2,533	2,160	1,771
14	2,977	2,510	2,145	1,761
15	2,947	2,490	2,131	1,753
16	2,921	2,473	2,120	1,746
17	2,898	2,458	2,110	1,740
18	2,878	2,445	2,101	1,734
19	2,861	2,433	2,093	1,729
20	2,845	2,423	2,086	1,725
21	2,831	2,414	2,080	1,721
22	2,819	2,405	2,074	1,717
23	2,807	2,398	2,069	1,714
24	2,797	2,391	2,064	1,711
25	2,787	2,385	2,060	1,708
26	2,779	2,379	2,056	1,706
27	2,771	2,373	2,052	1,703
28	2,763	2,368	2,048	1,701
29	2,756	2,364	2,045	1,699
30	2,750	2,360	2,042	1,697
31	2,744	2,356	2,040	1,696
32	2,738	2,352	2,037	1,694
33	2,733	2,348	2,035	1,692
34	2,728	2,345	2,032	1,691
35	2,724	2,342	2,030	1,690
36	2,719	2,339	2,028	1,688
37	2,715	2,336	2,026	1,687
38	2,712	2,334	2,024	1,686
39	2,708	2,331	2,023	1,685
40	2,704	2,329	2,021	1,684
41	2,701	2,327	2,020	1,683
42	2,698	2,325	2,018	1,682
43	2,695	2,323	2,017	1,681
44	2,692	2,321	2,015	1,680
45	2,690	2,319	2,014	1,679
46	2,687	2,317	2,013	1,679
47	2,685	2,315	2,012	1,678
48	2,682	2,314	2,011	1,677
49	2,680	2,312	2,010	1,677
50	2,678	2,311	2,009	1,676

DF	Tingkat Keyakinan			
	99%	97,5%	95%	90%
51	2,676	2,310	2,008	1,675
52	2,674	2,308	2,007	1,675
53	2,672	2,307	2,006	1,674
54	2,670	2,306	2,005	1,674
55	2,668	2,304	2,004	1,673
56	2,667	2,303	2,003	1,673
57	2,665	2,302	2,002	1,672
58	2,663	2,301	2,002	1,672
59	2,662	2,300	2,001	1,671
60	2,660	2,299	2,000	1,671
61	2,659	2,298	2,000	1,670
62	2,657	2,297	1,999	1,670
63	2,656	2,296	1,998	1,669
64	2,655	2,295	1,998	1,669
65	2,654	2,295	1,997	1,669
66	2,652	2,294	1,997	1,668
67	2,651	2,293	1,996	1,668
68	2,650	2,292	1,995	1,668
69	2,649	2,291	1,995	1,667
70	2,648	2,291	1,994	1,667
71	2,647	2,290	1,994	1,667
72	2,646	2,289	1,993	1,666
73	2,645	2,289	1,993	1,666
74	2,644	2,288	1,993	1,666
75	2,643	2,287	1,992	1,665
76	2,642	2,287	1,992	1,665
77	2,641	2,286	1,991	1,665
78	2,640	2,285	1,991	1,665
79	2,639	2,285	1,990	1,664
80	2,639	2,284	1,990	1,664
81	2,638	2,284	1,990	1,664
82	2,637	2,283	1,989	1,664
83	2,636	2,283	1,989	1,663
84	2,636	2,282	1,989	1,663
85	2,635	2,282	1,988	1,663
86	2,634	2,281	1,988	1,663
87	2,634	2,281	1,988	1,663
88	2,633	2,280	1,987	1,662
89	2,632	2,280	1,987	1,662
90	2,632	2,280	1,987	1,662
91	2,631	2,279	1,986	1,662
92	2,630	2,279	1,986	1,662
93	2,630	2,278	1,986	1,661
94	2,629	2,278	1,986	1,661
95	2,629	2,277	1,985	1,661
96	2,628	2,277	1,985	1,661
97	2,627	2,277	1,985	1,661
98	2,627	2,276	1,984	1,661
99	2,626	2,276	1,984	1,660
100	2,626	2,276	1,984	1,660

Nilai F Tabel Pada Tingkat Keyakinan 95%

DF 2	DF 1					
	1	2	3	4	5	6
1	161,446	199,499	215,707	224,583	230,160	233,988
2	18,513	19,000	19,164	19,247	19,296	19,329
3	10,128	9,552	9,277	9,117	9,013	8,941
4	7,709	6,944	6,591	6,388	6,256	6,163
5	6,608	5,786	5,409	5,192	5,050	4,950
6	5,987	5,143	4,757	4,534	4,387	4,284
7	5,591	4,737	4,347	4,120	3,972	3,866
8	5,318	4,459	4,066	3,838	3,688	3,581
9	5,117	4,256	3,863	3,633	3,482	3,374
10	4,965	4,103	3,708	3,478	3,326	3,217
11	4,844	3,982	3,587	3,357	3,204	3,095
12	4,747	3,885	3,490	3,259	3,106	2,996
13	4,667	3,806	3,411	3,179	3,025	2,915
14	4,600	3,739	3,344	3,112	2,958	2,848
15	4,543	3,682	3,287	3,056	2,901	2,790
16	4,494	3,634	3,239	3,007	2,852	2,741
17	4,451	3,592	3,197	2,965	2,810	2,699
18	4,414	3,555	3,160	2,928	2,773	2,661
19	4,381	3,522	3,127	2,895	2,740	2,628
20	4,351	3,493	3,098	2,866	2,711	2,599
21	4,325	3,467	3,072	2,840	2,685	2,573
22	4,301	3,443	3,049	2,817	2,661	2,549
23	4,279	3,422	3,028	2,796	2,640	2,528
24	4,260	3,403	3,009	2,776	2,621	2,508
25	4,242	3,385	2,991	2,759	2,603	2,490
26	4,225	3,369	2,975	2,743	2,587	2,474
27	4,210	3,354	2,960	2,728	2,572	2,459
28	4,196	3,340	2,947	2,714	2,558	2,445
29	4,183	3,328	2,934	2,701	2,545	2,432
30	4,171	3,316	2,922	2,690	2,534	2,421
31	4,160	3,305	2,911	2,679	2,523	2,409
32	4,149	3,295	2,901	2,668	2,512	2,399
33	4,139	3,285	2,892	2,659	2,503	2,389
34	4,130	3,276	2,883	2,650	2,494	2,380
35	4,121	3,267	2,874	2,641	2,485	2,372
36	4,113	3,259	2,866	2,634	2,477	2,364
37	4,105	3,252	2,859	2,626	2,470	2,356
38	4,098	3,245	2,852	2,619	2,463	2,349
39	4,091	3,238	2,845	2,612	2,456	2,342
40	4,085	3,232	2,839	2,606	2,449	2,336
41	4,079	3,226	2,833	2,600	2,443	2,330
42	4,073	3,220	2,827	2,594	2,438	2,324
43	4,067	3,214	2,822	2,589	2,432	2,319
44	4,062	3,209	2,816	2,584	2,427	2,313
45	4,057	3,204	2,812	2,579	2,422	2,308
46	4,052	3,200	2,807	2,574	2,417	2,304
47	4,047	3,195	2,802	2,570	2,413	2,299
48	4,043	3,191	2,798	2,565	2,409	2,295
49	4,038	3,187	2,794	2,561	2,404	2,290
50	4,034	3,183	2,790	2,557	2,400	2,286

DF 2	DF 1					
	1	2	3	4	5	6
51	4,034	3,183	2,790	2,557	2,400	2,286
52	4,030	3,179	2,786	2,553	2,397	2,283
53	4,027	3,175	2,783	2,550	2,393	2,279
54	4,023	3,172	2,779	2,546	2,389	2,275
55	4,020	3,168	2,776	2,543	2,386	2,272
56	4,016	3,165	2,773	2,540	2,383	2,269
57	4,013	3,162	2,769	2,537	2,380	2,266
58	4,010	3,159	2,766	2,534	2,377	2,263
59	4,007	3,156	2,764	2,531	2,374	2,260
60	4,004	3,153	2,761	2,528	2,371	2,257
61	4,001	3,150	2,758	2,525	2,368	2,254
62	3,998	3,148	2,755	2,523	2,366	2,251
63	3,996	3,145	2,753	2,520	2,363	2,249
64	3,993	3,143	2,751	2,518	2,361	2,246
65	3,991	3,140	2,748	2,515	2,358	2,244
66	3,989	3,138	2,746	2,513	2,356	2,242
67	3,986	3,136	2,744	2,511	2,354	2,239
68	3,984	3,134	2,742	2,509	2,352	2,237
69	3,982	3,132	2,739	2,507	2,350	2,235
70	3,980	3,130	2,737	2,505	2,348	2,233
71	3,978	3,128	2,736	2,503	2,346	2,231
72	3,976	3,126	2,734	2,501	2,344	2,229
73	3,974	3,124	2,732	2,499	2,342	2,227
74	3,972	3,122	2,730	2,497	2,340	2,226
75	3,970	3,120	2,728	2,495	2,338	2,224
76	3,968	3,119	2,727	2,494	2,337	2,222
77	3,967	3,117	2,725	2,492	2,335	2,220
78	3,965	3,115	2,723	2,490	2,333	2,219
79	3,963	3,114	2,722	2,489	2,332	2,217
80	3,962	3,112	2,720	2,487	2,330	2,216
81	3,960	3,111	2,719	2,486	2,329	2,214
82	3,959	3,109	2,717	2,484	2,327	2,213
83	3,957	3,108	2,716	2,483	2,326	2,211
84	3,956	3,107	2,715	2,482	2,324	2,210
85	3,955	3,105	2,713	2,480	2,323	2,209
86	3,953	3,104	2,712	2,479	2,322	2,207
87	3,952	3,103	2,711	2,478	2,321	2,206
88	3,951	3,101	2,709	2,476	2,319	2,205
89	3,949	3,100	2,708	2,475	2,318	2,203
90	3,948	3,099	2,707	2,474	2,317	2,202
91	3,947	3,098	2,706	2,473	2,316	2,201
92	3,945	3,095	2,704	2,471	2,313	2,199
93	3,943	3,094	2,703	2,470	2,312	2,198
94	3,942	3,093	2,701	2,469	2,311	2,197
95	3,941	3,092	2,700	2,467	2,310	2,196
96	3,940	3,091	2,699	2,466	2,309	2,195
97	3,939	3,090	2,698	2,465	2,308	2,194
98	3,938	3,089	2,697	2,465	2,307	2,193
99	3,937	3,088	2,696	2,464	2,306	2,192
100	3,936	3,087	2,696	2,463	2,305	2,191