

**PENGARUH MOTIVASI, PERSEPSI, DAN PEMBELAJARAN TERHADAP
KEPUTUSAN BERWIRAUSAHA MASYARAKAT DI KECAMATAN SEBERANG
ULU II PALEMBANG**

Yudha Mahrom. DS¹, Diah Isnaini Asiati², Gumar Herudiansyah³,

¹Universitas Muhammadiyah Palembang, Indonesia, yudhamahrom@gmail.com

²Universitas Muhammadiyah Palembang, Indonesia, diah_isnaini@yahoo.com

³Universitas Muhammadiyah Palembang, Indonesia, gumar@um-palembang.ac.id

ABSTRACT

The encouraging efforts of economic growth through the development of entrepreneurship programs continue to be done. Following this, various entrepreneurship studies are also continuously evaluated in order to optimize the results. One of these studies is to determine the effect of motivation, perception, and learning process, on community entrepreneurial decisions in Seberang Ulu II District, Palembang City, South Sumatera Province. This research is an associative type, which tries to link the variables of motivation, perception, learning process, with entrepreneurial decisions. The sample used was 100 respondents who were taken by purposive sampling. The main data used is primary data with the data collection method using a questionnaire. The analysis method in this study uses multiple linear regression analysis. The results of the hypothesis proof show that 1) there is a significant influence of motivation, perception, and learning process, on entrepreneurial decisions; 2) there is a significant influence of motivation on entrepreneurial decisions; 3) there is a significant effect of perception on entrepreneurial decisions; and 4) there is no significant effect of learning process on entrepreneurial decisions. The value of determination coefficient shows that the variables of motivation, perception, and learning process, are able to contribute to the ups and downs of entrepreneurial decisions in the amount of 7.1%.

Keywords: Motivation, Perception, Learning Process, and Entrepreneurial Decision

PENDAHULUAN

Kewirausahaan mengalami perkembangan yang cukup pesat di berbagai negara. Kewirausahaan tidak hanya berperan dalam meningkatkan output dan pendapatan per kapita, namun melibatkan pengenalan atau penerapan perubahan dalam struktur bisnis maupun masyarakat (Slamet et.al,2014:14). Kemajuan teknologi dan ilmu pengetahuan ikut memiliki andil dalam mendorong praktik-praktik kewirausahaan yang pada akhirnya memunculkan berbagai penemuan-penemuan produk dan jasa baru bagi konsumen. Hal ini tentunya membuka peluang kerja baru, membuka pasar baru, dan dalam jangka panjang akan mampu menciptakan pertumbuhan usaha di berbagai sektor.

Usaha-usaha yang banyak tumbuh di negara yang sedang berkembang umumnya tergolong sebagai usaha kecil. Fakta ini menunjukkan bahwa usaha kecil merupakan mayoritas kegiatan masyarakat yang memberikan kontribusi signifikan terhadap penciptaan pendapatan penduduknya. Beberapa fakta tersebut antara lain: 40% dari volume bisnis di banyak negara dilakukan oleh usaha kecil, 75% dari pekerjaann baru dihasilkan oleh sektor usaha kecil, usaha kecil menyumbang bagian tersebar dari penjualan di sekto manufaktur, dan hampir di semua negara usaha kecil adalah tempat lahirnya kewirausahaan. Namun demikian, terdapat juga fakta bahwa 50% dari usaha kecil gagal pada dua tahun pertama dan manajemen yang buruk adalah penyebab tersebar kegagalan usaha kecil (Daryanto 20132). Pertumbuhan ekonomi juga ditentukan oleh dinamika perekonomian daerah, sedangkan perekonomian daerah pada umumnya di hasilkan dari kegiatan ekonomi berskala kecil dan menengah. Memang keberadaan pengusaha kecil dan menengah merupakan proses awal perkembangan industrialisasi di daerah, tapi kenyataan di lapangan, masih banyak kendala yang dihadapi oleh usaha kecil dan menengah.

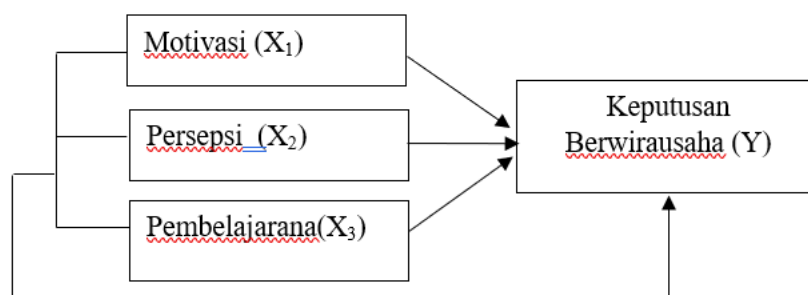
Upaya mendorong tumbuhnya wirausahawan dapat dilakukan dengan mengidentifikasi dan memaksimalkan berbagai faktor yang mendorong tumbuhnya perilaku kewirausahaan. Sebagai faktor yang inherent dalam perilaku seseorang adalah motivasi. Menurut (Primadhita et al., 2018) kewirausahaan tumbuh berdasarkan motivasi untuk memperoleh penghasilan sendiri dan mengembangkan diri di kalangan para perempuan yang berwirausaha. Temuan ini didukung (Revia Setiani, Dahmiri, 2019) bahwa munculnya motivasi mungkin berasal dari dalam diri sendiri maupun berasal dari orang lain. Tekanan untuk bertahan hidup, berkembang atau menunjukkan eksistensi keberhasilan dapat mendorong pada tindakan berwirausaha. Terlebih bila secara eksternal banyak pengalaman keberhasilan orang lain yang melakukan tindakan sama.

Hampir semua pandangan seseorang dibentuk oleh persepsi, oleh karena itu besar kemungkinan tindakan kewirausahaan juga dibentuk oleh persepsi. Makna yang muncul dari persepsi dapat membentuk penafsiran apa pun berdasarkan pengetahuan, informasi dan pengalaman seseorang. Oleh karena itu persepsi yang baik atau tidak baik terhadap kewirausahaan dapat dimiliki oleh siapa pun. Mahasiswa yang pernah menempuh kuliah kewirausahaan memiliki persepsi yang baik terhadap mata kuliah tersebut (Kurniasih et al., 2011). Dalam hal ini adanya mata kuliah kewirausahaan tentu didukung berbagai mata kuliah lain, yang dengan sengaja mengarahkan pemikiran mahasiswa pada kegiatan kewirausahaan. Dengan demikian wajar jika mahasiswa memiliki penafsiran yang baik terhadap mata kuliah ini. Persepsi yang baik terhadap kewirausahaan juga dimiliki oleh mahasiswa Fakultas Ilmu social dan Politik (Mak, 2020). Persepsi ini mungkin bersifat teoritis semata mengingat mahasiswa-mahasiswa ini jelas tidak diarahkan untuk menjadi wirausahawan. Berbeda lagi dengan model persepsi (Patisina, 2021) yang membuktikan pengaruh persepsi tersebut dengan lebih menekankan pada persepsi terhadap resiko berwirausaha di kalangan pensiunan. Dalam hal ini, pengaruh persepsi akan tergantung pada psikologis seseorang yang berhubungan dengan rasa percaya dirinya, informasi yang diterima, atau kemampuannya menghadapi tantangan. Dengan demikian, persepsi kewirausahaan tampaknya memiliki sudut pandang yang beragam.

Perilaku yang juga menimbulkan dukungan terhadap kegiatan kewirausahaan adalah pembelajaran. Barangkali pembelajaran memberikan pengaruh lebih nyata mengingat

pembelajaran memberikan tindakan paling dekat dengan praktek kewirausahaan. Peran universitas dalam menumbuhkan minat berwirausaha sangat penting karena akan mengurangi jumlah pengangguran lewat tumbuhnya wirausaha-wirausaha muda. (Aini, 2015) memberikan optimisme dengan temuannya bahwa terdapat pengaruh pembelajaran terhadap keputusan berwirausaha di kalangan mahasiswa yang mengambil mata kuliah kewirausahaan. Menurut (Rosalina, 2017) pembelajaran berpengaruh terhadap terbentuknya wirausaha karena pembelajaran dapat memotivasi untuk berwirausaha, metode pembelajarannya dapat menimbulkan minat berwirausaha, serta pengalaman guru dan praktek langsung berwirausaha dapat lebih menumbuhkan minat berwirausaha. (Mustikawati & Kurjono, 2020) memberikan bukti bahwa pembelajaran kewirausahaan bermanfaat menumbuhkan sikap-sikap dan memberikan ketrampilan berwirausaha sehingga memberikan pengaruh positif terhadap siswa SMK.

Kecamatan Seberang Ulu II merupakan salah satu kecamatan di Kota Palembang dengan penduduk berjumlah 105.813 jiwa. Secara keseluruhan kegiatan ekonominya ditopang oleh 2 pasar darurat, 35 supermaket/swalayan, 161 restoran/rumah makan, dan 1.523 toko/warung kelontong. Selain itu juga terdapat 102 pedagang kaki lima dan dua pasar di Kelurahan 14 Ulu dan Sentosa (BPS Kota Palembang, 2019). Penduduk di wilayah ini juga banyak menekuni kegiatan wirausaha seperti memproduksi makanan, bengkel, salon, membuat jumpitan, dan lain-lain. Pada tahun 2020 tercatat 928 pelaku usaha kecamatan ini yang dinilai produktif sehingga memperoleh Bantuan Langsung Tunai. Perlu pemahaman lebih jelas terhadap berbagai faktor yang dapat ikut mendorong perkembangan kegiatan kewirausahaan di kecamatan ini sehingga memperkuat ekonomi masyarakat.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan disain kausal dengan menghubungkan antara motivasi, persepsi, dan pembelajaran dengan keputusan berwirausaha. Terdapat empat variabel dikembangkan yaitu motivasi, persepsi, pembelajaran dan keputusan berwirausaha. Setiap variabel diukur menggunakan beberapa indikator. Populasi penelitian adalah masyarakat yang berusia produktif dan mengetahui tentang kewirausahaan yang berada di Kecamatan Seberang Ulu II Palembang. Sampel diambil sejumlah 100 orang secara *purposive sampling*. Penelitian menggunakan data primer dengan metode pengumpulan data kuesioner. Adapun teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda (Sugiyono, 2015), sebagai model yang dapat digunakan untuk memprediksi pengaruh motivasi, persepsi, dan pembelajaran terhadap keputusan berwirausaha.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Instrumen

Sebelum data diproses untuk menjawab masalah, terlebih dahulu dipastikan keabsahannya menggunakan uji instrument, Hasil uji adalah sebagai berikut :

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	Rhitung	rtabel	Keterangan
Keputusan Berwirausaha (Y)	Y.P1	0,731	0,3061	Valid
	Y.P2	0,723	0,3061	Valid
	Y.P3	0,576	0,3061	Valid
	Y.P4	0,547	0,3061	Valid
	Y.P5	0,663	0,3061	Valid
	Y.P6	0,876	0,3061	Valid
Motivasi (X1)	X1.P1	0,574	0,3061	Valid
	X1.P2	0,762	0,3061	Valid
	X1.P3	0,664	0,3061	Valid
	X1.P4	0,652	0,3061	Valid
	X1.P5	0,649	0,3061	Valid
	X1.P6	0,645	0,3061	Valid
Persepsi (X2)	X2.P1	0,811	0,3061	Valid
	X2.P2	0,815	0,3061	Valid
	X2.P3	0,835	0,3061	Valid
	X2.P4	0,850	0,3061	Valid
Pembelajaran (X3)	X3.P1	0,544	0,3061	Valid
	X3.P2	0,716	0,3061	Valid
	X3.P3	0,587	0,3061	Valid
	X3.P4	0,631	0,3061	Valid
	X3.P5	0,627	0,3061	Valid
	X3.P6	0,604	0,3061	Valid

Sumber : Output SPSS, 2021

Dari tabel hasil uji validitas memperlihatkan setiap indicator memiliki nilai r hitung > r table (0,3061) sehingga dinilai valid dan dapat digunakan sebagai alat ukur variabel.

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Standar Reliabilitas	Keterangan
Keputusan Berwirausaha (Y)	0,777	0,60	Reliabel
Motivasi (X1)	0,728	0,60	Reliabel
Persepsi (X2)	0,847	0,60	Reliabel
Pembelajaran (X3)	0,666	0,60	Reliabel

Sumber : Output SPSS, 2021

Semua variabel memiliki Nilai Cronbach's Alpha > 0,60 sehingga terbukti reliabel atau dapat dipercaya sebagai alat iukur variabel.

Karakteristik Responden.

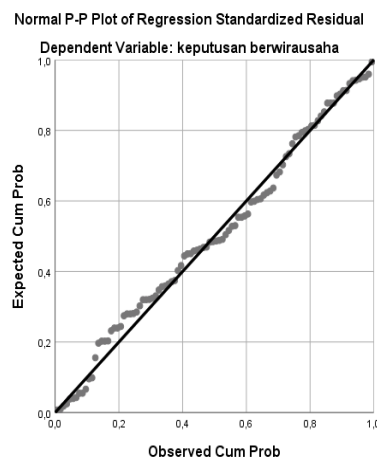
Tabel 3. Karakteristik Responden

No	Karakteristik	Jumlah	
		Orang	Persentase
1	Jenis Kelamin		
	Laki-Laki	54	54
	Perempuan	46	46
2	Usia		
	<20 tahun	22	22
	21 – 31 tahun	73	73
	31 – 41 tahun	3	3
	>40 tahun	2	2
3	Pekerjaan		
	Mahasiswa	65	65
	PNS	4	4
	Karyawan Swasta	20	20
	Wirausaha	11	11
4	Pendapatan		
	< Rp 1.000.000	45	45
	Rp 1.000.000–Rp 3.000.000	25	25
	Rp 3.000.000–Rp 5.000.000	15	15
	> Rp 5.000.000	15	15

Sumber : Perhitungan Data Primer, 2021

Uji Data

Uji normalitas penting dilakukan untuk menjamin bahwa data telah mewakili populasi. Hasil uji normalitas adalah sebagai berikut :



Gambar 2. Hasil Uji Normalitas

Berdasarkan tampilan grafik Normal P-P Plot di atas, dapat disimpulkan bahwa pola grafik normal terlihat dari titik yang menyebar disekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Berdasarkan grafik norma P-P Plot, menunjukkan bahwa model regresi layak dipakai dalam penelitian ini karena memenuhi asumsi normalitas.

Hasil Uji Linieritas

Tabel 4. Uji Linieritas

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Unstandar dized Residual * Unstandar dized Predicted Value	Between Groups	(Combined)	274,752	91	3,019	1,407	,319
		Linearity	,000	1	,000	,000	1,000
		Deviation from Linearity	274,752	90	3,053	1,423	,312
	Within Groups		17,167	8	2,146		
	Total		291,919	99			

Sumber : Output SPSS, 2021

Berdasarkan tabel diatas, jika nilai Sig Linearity variabel >0,05 maka berkesimpulan terdapat hubungan linear antar variabel independen dengan dependen. Jika Nilai Sig Linearity < 0,05 maka berkesimpulan bahwa tidak terdapat hubungan linear antara independen dengan dependen.

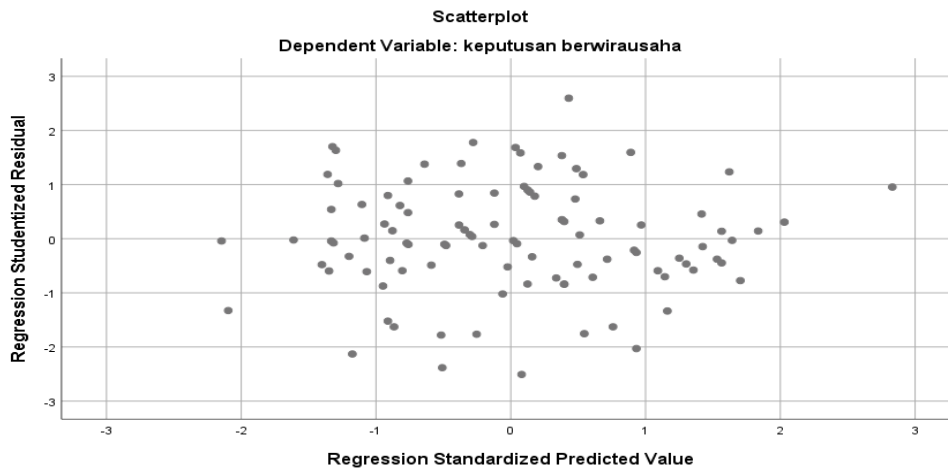
Uji Asumsi Klasik

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	motivasi	,323	3,099
	persepsi	,332	3,017
	pembelajaran	,949	1,054
a. Dependent Variable: keputusan berwirausaha			

Sumber : Output SPSS, 2021

Berdasarkan hasil pengujian terbukti tidak terjadi multikolinieritas karena nilai > 0,10 dan nilai VIF < 10. Adapun hasil uji heteroskedastisitas diperoleh sebagai berikut :



Gambar 3. Hasil Uji Heteroskedastitas

Berdasarkan hasil uji heteroskedastitas diatas anantara nilai prediksi variabel terikat dengan residualnya diperoleh hasil tidak terdapat pola tertentu pada grafik, seperti menyempit kemudian melebar serta titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastitas.

Hasil Uji Regresi

Setelah uji data dan uji asumsi klasik terpenuhi, proses pengujian dilanjutkan pada regresi berganda dengan hasil sebagaimana tabel berikut :

Tabel 6. Uji F ANOVA^b

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	98,022	3	862,281	3,535	0,018^b
Residual	887,288	96	17,906		
Total	985,310	99			

Sumber : Output SPSS, 2021

Berdasarkan tabel 6 di atas, tampak nilai Sig F (0,018) < α (0,05), maka H₀ ditolak sehingga terbukti adanya pengaruh signifikan motivasi, persepsi, dan pembelajaran terhadap Keputusan Berwirausaha.

Tabel 7. Koefisien Determinasi (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,315 ^a	,099	,071	3,04016

a Predictors: (Constant), Pembelajaran, Motivasi, Persepsi
Sumber: Output SPSS, 2020.

Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,071, besarnya kontribusi motivasi, persepsi, dan pembelajaran terhadap variabel keputusan berwirausaha adalah sebesar 7,1%. Masih terdapat

sebesar 92,9% variabel lain yang berpengaruh terhadap keputusan berwirausaha tetapi tidak termasuk dalam penelitian ini.

Tabel 8. Uji t

Model		Unstandardized	Standardize	T	Sig.
		Coefficients	d		
		B	Coefficient		
			s		
		Std.	Beta		
		Error			
1	(Constant)	17,560	3,549	4,949	,000
	Motivasi	,210	,105	,199	2,009
	Persepsi	,324	,123	,255	2,626
	Pembelajaran	-,115	,106	-,107	-1080

Sumber: Output SPSS, 2021

Berdasarkan tabel 8 di atas:

- Motivasi memiliki nilai sig t $0,047 < \alpha = 0,05$ maka H_0 ditolak, yang berarti ada pengaruh signifikan motivasi terhadap keputusan berwirausaha.
- Persepsi memiliki nilai sig t $0,010 > \alpha = 0,05$ maka H_0 ditolak, yang berarti ada pengaruh signifikan persepsi terhadap keputusan berwirausaha .
- Pembelajaran memiliki nilai sig t $0,283 > \alpha = 0,05$ maka H_0 diterima, yang berarti ada pengaruh tidak signifikan Pembelajaran terhadap Keputusan Berwirausaha .

Pembahasan

Motivasi, persepsi dan pembelajaran berpengaruh signifikan terhadap keputusan berwirausaha. Hasil ini sebagaimana pendapat Sunyoto (2012), bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan berwirausaha, ialah (1) motivasi (2) persepsi (3) pembelajaran (4) kepribadian dan kosep diri (5) kepercayaan dan sikap.

Secara parsial motivasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan berwirausaha. Menurut Priansa (2017) apabila seorang menerima motivasi sebagai suatu pengaruh terhadap keputusan, maka tingkah laku dan pemahaman bagian yang terbesar pada pengaruh ini terhadap keputusan manusia adalah motivasi akan kebutuhan dasar. Tampak dalam penelitian ini dapat dibuktikan bahwa motivasi berpengaruh terhadap keputusan berwirausaha. Hasil ini sejalan memperkuat temuan (Primadhita et al., 2018), bahwa bukan hanya perempuan saja yang mungkin memiliki motivasi berwirausaha tetapi juga kalangan generasi muda sebagai penula dalam dunia wirausaha. Secara psikologis, generasi muda merasa memiliki tantangan guna mengekspresikan keinginan untuk sukses. Sama halnya dengan kajian (Revia Setiani, Dahmiri, 2019) motivasi untuk berwirausaha tersebut muncul baik karena pengalaman dan pendidikan yang mereka terima maupun karena dorongan orang-orang yang telah sukses mengembangkan wirausaha.

Hasil analisis menunjukkan ada sebagian responden yang belum termotivasi karena memang tidak menekuni dunia wirausaha sehingga tidak memiliki keberanian juga untuk mencoba. Disinilah diperlukan peran berbagai pihak untuk menyampaikan daya tarik dunia wirausaha guna mendorong motivasi eksternal masyarakat.

Secara parsial persepsi juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan berwirausaha. Hasil ini sejalan dengan temuan bahwa persepsi berpengaruh terhadap keputusan berwirausaha. Informasi yang berhubungan dengan keberhasilan wirausahawan menjadi salah satu masukan positif terhadap pembentukan persepsi yang baik. Apalagi jika wirausahawan yang menjadi sorotan memiliki pengaruh yang luas. Memang masih ada informasi-informasi yang tidak mendukung persepsi baik ini sehingga berbagai pihak juga diharapkan perannya untuk ikut membentuk persepsi baik. Hasil ini melengkapi beberapa temuan terdahulu, bahwa persepsi baik terhadap kewirausahaan ternyata dapat terbentuk dari berbagai kelompok yang berbeda baik kelompok mahasiswa yang memang menekuni dunia wirausaha (Kurniasih et al., 2011), dari kelompok mahasiswa yang tidak belajar kewirausahaan (Mak, 2020), maupun para pensiunan yang ingin menekuni dunia wirausaha (Patisina, 2021).

Secara parsial pembelajaran berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan berwirausaha. Temuan ini tidak sejalan dengan teori dan beberapa kajian empiris temuan (Aini, 2015), (Rosalina, 2017), maupun (Mustikawati & Kurjono, 2020) bahwa pembelajaran berpengaruh terhadap keputusan berwirausaha. Pembelajaran dapat merupakan pengalaman baik pengalaman belajar maupun pengalaman berwirausaha. Dihubungkan dengan karakteristik responden, ternyata mayoritas responden adalah mahasiswa (65%) yang pengalamannya berwirausaha banyak diperoleh karena belajar dalam kuliah. Bisa juga karena praktek berwirausaha yang pernah mereka ikuti kurang memadai memberikan pengalaman yang kuat atau kurang berlatih. Apalagi kalau masih besar mimpinya mimpinya untuk menjadi pegawai. Oleh karena lembaga-lembaga pendidikan yang memiliki program-program kewirausahaan sebaiknya memperbanyak praktek dan latihan kewirausahaan agar menjadi pembelajaran yang menarik dan memberikan dampak positif bagi siswa untuk menekuni bidang kewirausahaan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, secara bersama-sama ada pengaruh signifikan motivasi, persepsi, dan pembelajaran terhadap keputusan berwirausaha. Meskipun demikian secara parsial hanya motivasi dan persepsi yang memiliki pengaruh signifikan, sedangkan pembelajaran berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan berwirausaha. Dorongan lebih kuat kepada masyarakat dapat diberikan dengan mengembangkan program kewirausahaan, maka sebaiknya pihak-pihak terkait lebih intensif memberikan edukasi baik secara formal maupun secara nonformal.

REFERENSI

- Aini, Y. (2015). Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*, 3(1), 31. <https://doi.org/10.32493/fb.v3i1.2021.31-41.8694>
- Daryanto. (2013). *Pengantar Kewirausahaan*. Jakarta: Prestasi Pustaka.
- Kurniullah, Ardhariksa Zukhruf dkk. (2021). *Kewirausahaan Dan Bisnis*. Medan: Yayasan Kita Menulis.

- Mak, L. U. M. dan F. S. (2020). Pengaruh motivasi, pembelajaran, persepsi dan sikap terhadap keputusan mahasiswa memilih jurusan. *Reformasi*, 10, 11–18.
- Mustikawati, A., & Kurjono, K. (2020). Studi tentang Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Siswa di Era Revolusi 4.0. *SOCIA: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 17(1), 31–37. <https://doi.org/10.21831/socia.v17i1.33048>
- Patisina. (2021). Pengaruh Motivasi Intrinsik, Motivasi Ekstrinsik dan Persepsi Risiko terhadap Pensiun Sukses Berwirausaha di Indonesia Influence of Intrinsic Motivation, Extrinsic Motivation and Perceptions of Risk on Succesfull Retirement Entrepreneur in Indonesia. *Analitika*, 13(1), 24–33.
- Priansa, Doni Juni (2017). *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontenporer*. Bandung : Alfabeta.
- Primadhita, Y., Budiningsih, S., & Primatami, A. (2018). *Pengaruh Faktor Internal Dan Faktor Eksternal*. 20(03), 161–170.
- Rembulan, G. D., Mulia, U. B., Fensi, F., & Mulia, U. B. (2016). *Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha*. 65–73.
- Revia Setiani, Dahmiri, S. I. (2019). *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*. Vol. 8, No. 01, April 2019. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 8(01), 46–58.
- Rosalina, C. dan E. (2017). Terhadap Minat Berwirausaha. *Integrated Journal Og Business and Economic*, 1(1), 45–55.
- Sangaji, E. M.,⁹⁸ & Sopiah (2013). *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Schiffman, Leon G. & Leslie Lazar Kanuk (2010). *Consumer Behavior Eighth Edition*. Pearson Prentice Hall.
- Slamet, Franky, Hetty Karunia T., and Mei Ie (2014). *Dasar-Dasar Kewirausahaan: Teori Dan Praktik*. Jakarta: Indeks.
- Sumarwan, Ujang (2011). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Sugiyono (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta.
- Sunyonto, Danang. (2012). *Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CAPS.