

**PENGARUH *IMPACT USE SOCIAL MEDIA* TIKTOK DAN *ENTREPRENEURIAL KNOWLEDGE* TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA PROGRAM STUDI PENDIDIKAN ADMINISTRASI PERKANTORAN ANGKATAN 2022 UNIVERSITAS NEGERI MEDAN**

<sup>1</sup>Fadhila Khairunnisa Mukhtar, <sup>2</sup>Dodi Pramana Siregar<sup>3</sup>Nelly Armayanti  
Universitas Negeri Medan  
e-mail : [fadhilakhairunnisamukhtar@gmail.com](mailto:fadhilakhairunnisamukhtar@gmail.com)

**ABSTRACT**

This research aims to determine and analyze the impact of the use of TikTok social media and entrepreneurial knowledge on the interest in entrepreneurship among the 2022 class of office administration education students at Medan State University. This study uses primary data collected through questionnaires and secondary data obtained by reading books, internet data, previous theses, and research papers. The research was conducted on 63 students from the 2022 office administration education program. Based on the results of statistical analysis and hypothesis testing, the research is supported by a significant value of 0.007, which is below the threshold of 0.05. The test value for the hypothesis test of entrepreneurship interest is 2.000, further indicating a positive effect.

Keywords : Impact Use Social Media, TkTok, Entrepreneurial Knowledge, Entrepreneurial Interest

**ABSTRAK**

Pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *impact use social media* TikTok dan *entrepreneurial knowledge* terhadap minat berwirausaha mahasiswa pendidikan administrasi perkantoran Angkatan 2022 universitas negeri medan. Penelitian ini menggunakan data primer dimana data dikumpulkan dengan menggunakan kuisisioner dan menggunakan data sekunder dimana data dan informasi yang diperlukan dengan cara membaca buku, data dari internet, skripsi maupun tesis penelitian sebelumnya. Penelitian ini dilakukan terhadap mahasiswa pendidikan administrasi perkantoran angkatan 2022 dengan 63 mahasiswa. Berdasarkan hasil analisis statistik dan pengujian hipotesis penelitian didukung oleh nilai signifikan yaitu 0,007 yang berada dibawah ambang batas 0,05. Nilai hitung uji hipotesis minat berwirausaha adalah 2,000 yang lebih lanjut menunjukkan efek positif. Hasil ini menginformasi bahwa *impact use social media* TikTok dengan *entrepreneurial knowledge* secara positif mempengaruhi minat berwirausaha untuk mahasiswa pendidikan administrasi perkantoran angkatan 2022 Universitas Negeri Medan.

**Kata Kunci :** *Impact Use Social Media*, TikTok, *Entrepreneurial Knowledge*, Minat Berwirausaha

## A. Pendahuluan

Perkembangan teknologi yang pesat, terutama di bidang teknologi informasi berbasis internet, menjadikan peran media komunikasi semakin penting sebagai kebutuhan utama bagi setiap orang, karena kemudahan dalam mengakses internet memungkinkan orang untuk mengetahui perkembangan dunia dan menunjukkan pergeseran arah penggunaan media komunikasi (Hamnaeni et al., 2020). Lahirnya sosial media membuat pergeseran pada perilaku, budaya, dan norma Masyarakat. Akibatnya, aktivitas online yang tinggi membuat penggunaannya juga membawa dunia maya mereka saat berkumpul bersama keluarga, saat makan, saat menjelang tidur, bahkan saat berkendara.

Berdasarkan laporan *We Are Social* yang dikutip dari detikinet, pada tahun 2024 penggunaan internet di Indonesia mencapai 5,35 milyar, artinya 66,2% penduduk Indonesia sudah menggunakan internet. Pengguna *smarthphone* menduduki peringkat sekitar 5,04 milyar orang aktif menggunakan sosial media.

Dilihat dari gambar, platforms sosial yang dikutip, yang sering digunakan yaitu pertama sosial media WhatsApp yang mencapai 90,9%, kedua Instagram mencapai 85,3%, ketiga Facebook mencapai 81,6%, dan TikTok mencapai 73,5%.

Besarnya populasi, dengan pertumbuhan penggunaan internet dan telepon merupakan potensi bagi ekonomi digital. Akibatnya, muncul *electronic commerce (e-commerce)*, transportasi online, toko online dan bisnis lainnya berbasis online di suatu tempat. Dapat dengan memanfaatkan media sosial sebagai komunikasi pemasaran

dalam menjalankan proses kegiatan online tersebut. Memang sejatinya media sosial sebagai media sosialisasi atau interaksi. Ekonomi maju juga menyinggung tentang ekonomi dalam kaitannya dengan teknologi digital dimana semakin banyak individu yang melakukan pekerjaan melalui pasar berbasis internet.

Kemajuan ekonomi digital dengan perkembangan zaman di Indonesia harus terus berjalan. Peningkatan ekonomi digital juga tidak bisa dilepaskan dari generasi milenial. Dimana usia milenial ini paham perihal perkembangan teknologi, dan berguna dengan pemikiran imajinatif yang dapat memulai bisnis yang juga membantu otoritas publik dalam mengurangi pengangguran. Karena semakin banyak individu yang terlibat dengan wirausaha, maka semakin besar efisiensi yang dihasilkan sehingga dapat mempengaruhi.

Sejak awal kemunculan media sosial, hampir semua orang, tanpa memandang latar belakang menggunakannya. Mereka memanfaatkan media sosial untuk mencari informasi, berkomunikasi, dan berbisnis. Dalam (Natasya et al., 2025) mahasiswa yang lebih sering menggunakan media sosial memiliki motivasi kewirausahaan yang lebih besar. Jadi dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan media sosial dapat membuka peluang luar biasa untuk menumbuhkan minat berwirausaha pada mahasiswa.

## B. Metode Penelitian

### Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Program Studi Pendidikan Administrasi Perkantoran Fakultas Ekonomi

Universitas Negeri Medan yang beralamat di Jl. Williém Iskandar Pasar V Medan, Kabupaten Deli Serdang. Penelitian ini akan dilaksanakan pada semester genap tahun 2024/2025.

### **Jenis Penelitian**

Penelitian Kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan filsafat positivisme dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2013). Berdasarkan permasalahan yang akan diteliti, maka peneliti ini termasuk dalam jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan kuantitatif deskriptif. Penelitian kuantitatif adalah sebuah proses untuk meneliti populasi atau sampel, pengumpulan datanya menggunakan instrument penelitian.

### **Populasi dan Sampel**

Populasi adalah gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal, atau orang yang memiliki karakteristik serupa menjadi pusat perhatian peneliti, karenanya dipandang sebagai semesta penelitian (Purnomo, 2022). Populasi dari penelitian adalah Mahasiswa Pendidikan Administrasi Perkantoran Stambuk 2022 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan yang terdiri dari 2 kelas, dengan rincian :

### **C.Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Penelitian ini berlokasi di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan yang berada di Jalan Williém Iskandar, Pasar V Medan Estate, Percut Sei Tuan Deli Serdang. Penelitian ini dilakukan pada semester genap Tahun Akademik

### **Pembahasan Hasil Penelitian**

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan peneliti, maka dapat diperoleh beberapa hal mengenai Impact

2024/2025. Penelitian ini memiliki populasi sebanyak 63 orang mahasiswa yang merupakan Mahasiswa Pendidikan Administrasi Perkantoran Angkatan 2022. Dengan jumlah populasi yang dimiliki kurang dari 100, sehingga Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah Total Sampling. Dimana, sampel pada penelitian ini merupakan seluruh jumlah populasi yang dimiliki. Jenis penelitian ini adalah EX-Post Facto artinya, penelitian ini membahas tentang pengaruh dari Variabel bebas (Independen) terhadap Variabel terikat (Dependen). Sesuai dengan variabel yang dimiliki maka, penelitian ini membahas tentang Pengaruh *Impact Use Social Media* TikTok dan *Entrepreneurial Knowledge* Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Pendidikan Administrasi Perkantoran Angkatan 2022.

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah kuesioner dan dokumentasi. Sebuah kuisisioner dapat disebarkan kepada subjek penelitian apabila telah melalui uji validitas yang berguna untuk menguji kevalidan soal serta uji reliabilitas untuk mengetahui pernyataan yang telah ditetapkan oleh peneliti akan memperoleh hasil jawaban yang tetap walaupun diuji berkali-kali. Oleh karena itu, untuk menjadi validator angket yang dimiliki peneliti menetapkan

### **PEMBAHASAN**

Use Social Media TikTok dan Entrepreneur Knowledge terhadap minat berwirausaha. Dengan melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Impact Use Social Media TikTok dan

Entrepreneur Knowledge terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Program Studi Pendidikan Administrasi Perkantoran Angkatan 2022 Universitas Negeri Medan” dimana jumlah populasi sebanyak 63 mahasiswa dan dijadikan sebagai sampel sebanyak 30 mahasiswa dalam penelitian ini.

### ***Impact Use Social Media TikTok (X<sub>1</sub>) terhadap Minat Berwirausaha (Y)***

Berdasarkan hasil analisis penelitian, variabel *Impact Use Social Media Tiktok* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Pendidikan Administrasi Perkantoran Angkatan 2022 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan dengan hasil uji t diperoleh nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  adalah  $2,708 > 2,00$  dan nilai signifikan  $0,009 < 0,05$ .

Berdasarkan uji regresi linear berganda diperoleh persamaan regresi yaitu  $Y = 32,104 + 0,369X_1 + 0,600X_2 + e$ . persamaan ini menggambarkan bahwa pengaruh *Impact Use Social Media TikTok* terhadap minat berwirausaha dihitung berdasarkan koefisien regresi yang diperoleh 0,369. Jika *Impact Social Media TkTok* meningkat (1%) maka minat berwirausaha akan bertambah sebesar 0,369%. Hal ini menandakan bahwa *Impact Use Social Media TikTok* dapat mempengaruhi minat berwirausaha, yaitu dengan cara memberikan informasi, efisiensi/efektivitas, meringankan biaya dalam memulai bisnis, dan menarik.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Ulp, 2025) dimana hasilnya pengetahuan kewirausahaan berpengaruh

positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha yang ditunjukkan dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $3,312 > 2,001$ .

Pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Administrasi Perkantoran Angkatan 2022 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan. Berdasarkan hasil penelitian yang diperkuat dengan teori dan juga hasil penelitian terdahulu yang relevan diatas, maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *Impact Social Media TikTok* terhadap Minat Berwirausaha. Maka hipotesis 1 yang berbunyi “Terdapat Pengaruh antara *Impact Use Social Media TikTok* Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Administrasi Perkantoran Angkatan 2022 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan”.

### ***Pengaruh Entrepreneur Knowledge (X<sub>2</sub>) terhadap Minat Berwirausaha (Y)***

Dari hasil penelitian yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif *Entrepreneur Knowledge* terhadap Minat Berwirausaha mahasiswa Program Studi Pendidikan Administrasi Perkantoran Angkatan 2022 Universitas Negeri Medan. Hal tersebut ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi variabel *Entrepreneur Knowledge* sebesar 0,600. Nilai tersebut positif berarti menunjukkan bahwa *Entrepreneur Knowledge* sejalan dengan variabel Y. artinya, apabila *Entrepreneur Knowledge (X<sub>2</sub>)* mengalami kenaikan, maka Minat Berwirausaha (Y) akan mengalami kenaikan pula.

Pada uji secara parsial (Uji t) diperoleh 2,792 yang kemudian dibandingkan dengan nilai  $t_{tabel}$  pada taraf signifikan 5% yaitu sebesar 0,007.

Hal ini menunjukkan bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$   $2,792 > 2,00$  dengan nilai signifikan  $0,007 < 0,05$ , sehingga variabel *Entrepreneur Knowledge* memberikan pengaruh signifikan terhadap Minat berwirausaha.

Hasil penelitian sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Ulp, 2025) dimana hasilnya pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha yang ditunjukkan dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $4,295 > 2,037$ . Dengan demikian bahwa Pengetahuan Kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha untuk mahasiswa.

Pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Administrasi Perkantoran Angkatan 2022 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan. Berdasarkan hasil penelitian yang diperkuat dengan teori dan juga hasil penelitian terdahulu yang relevan diatas, maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *Entrepreneur Knowledge* terhadap Minat Berwirausaha. Maka hipotesis 2 yang berbunyi “Terdapat Pengaruh antara *Entrepreneur Knowledge* Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Administrasi Perkantoran Angkatan 2022 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan”

#### **Pengaruh *Impact Use Social Media* TikTok ( $X_1$ ), *Entrepreneur Knowledge* ( $X_2$ ) Terhadap Minat Berwirausaha (Y)**

Dari uji hipotesis secara simultam (Uji F) diperoleh nilai  $f_{hitung}$  sebesar 23,611 dan nilai signifikan sebesar 0,001 lebih kecil dari nilai  $\alpha$

( $0,001 < 0,05$ ). Dalam arti  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $23,611 > 3,11$ ). Dapat disimpulkan bahwa hipotesis 3 diterima, karena secara simultan variabel *Impact Use Social Media* TikTok dan *Entrepreneur Knowledge* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha mahasiswa Pendidikan Administrasi Perkantoran Angkatan 2022 Universitas Negeri Medan. Selain uji F, uji koefisien determinasi sebesar 0,440 dapat memberikan pemahaman bahwa *Impact Use Social Media* TikTok dan *Entrepreneur Knowledge* secara simultan memberikan kontribusi terhadap Minat Berwirausaha sebesar 44,0% dan sisanya 56,0% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Menurut (Diana, 2023) *Impact Use Social Media* Tiktok sebagai media promosi ataupun informasi berbagai produk dan jasa dari berbagai bidang dengan pemanfaatan Sosial Media TikTok sangat membantu dalam membangun dalam mengembangkan bisnis online dengan kemudahannya yang tidak hanya untuk hiburan dengan membuat video sesuai keinginan tetapi juga dapat digunakan untuk tujuan professional.

*Entrepreneur knowledge* adalah pemahaman seseorang terhadap wirausaha dengan jiwa yang kreatif dan inovatif sehingga mampu menghasilkan sesuatu yang baru ataupun mengembangkan peluang-peluang usaha yang didapat dari informasi sehingga dapat mendatangkan manfaat dan keuntungan untuk banyak pihak serta berani mengambil resiko agar kedepannya meraih kesuksesan (Kevin, 2023).

Minat berwirausaha adalah kemampuan untuk mendorong diri sendiri dan berbuat sesuatu untuk memenuhi kebutuhan hidup serta pemecahan permasalahan hidup, menunjukkan usaha atau menciptakan usaha karena membawa manfaat bagi dirinya untuk berusaha memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa merasa takut akan resiko (Hasniati, 2022).

Di era digital, minat berwirausaha di kalangan generasi muda semakin dipengaruhi oleh kemajuan teknologi dan akses informasi. Entrepreneur Knowledge yang diperoleh baik secara formal maupun nonformal memberikan bekal penting dalam membentuk pola pikir wirausaha. Sementara itu, sosial media seperti TikTok menjadi ruang belajar alternatif yang menyenangkan, dimana mereka dapat melihat praktik nyata kewirausahaan dari berbagai pelaku usaha. Hal ini menciptakan sinergi positif yang mendorong peningkatan minat.

## E. KESIMPULAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian dan pembahasan analisis data melalui pembuktian terhadap hipotesis dari permasalahan yang diangkat mengenai Mata Kuliah Kewirausahaan, Praktik Kewirausahaan, terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Prodi Pendidikan Administrasi Perkantoran Angkatan 2021 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan. Maka

dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *Impact Use Social Media* TikTok ( $X_1$ ) terhadap minat mahasiswa untuk berwirausaha (Y) pada mahasiswa Prodi Pendidikan Administrasi Perkantoran Angkatan 2022 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan yang ditunjukkan dengan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dimana  $2,708 > 2,00$  dengan nilai signifikan  $0,009 < 0,05$ .
2. Terdapat pengaruh yang positif antara *Entrepreneurial Knowledge* ( $X_2$ ) terhadap Minat Berwirausaha (Y) pada mahasiswa Prodi Pendidikan Administrasi Perkantoran 2022 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan yang ditunjukkan dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4,046 dengan demikian  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dimana  $2,792 > 2,00$  dengan nilai signifikan  $0,007 < 0,05$ .
3. Secara simultan (Uji F) dengan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dimana  $23,611 > 3,11$  dapat disimpulkan bahwa *Impact Use Social Media* TikTok ( $X_1$ ) dan *Entrepreneurial Knowledge* ( $X_2$ ) berpengaruh positif dan signifikan – terhadap Minat Berwirausaha (Y) pada mahasiswa Pendidikan Administrasi Perkantoran

Angkatan 2022 Universitas  
Negeri Medan.

berwirausaha dari fak-  
tor diluar penelitian ini

## Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh peneliti maka, peneliti dapat memberikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan agar dapat mengembangkan dan melakukan penelitian yang berkaitan dengan Minat Berwirausaha dengan faktor lain yang mempengaruhi serta dengan jumlag populasi dan sampel yang lebih luas di Lokasi penelitian yang berbeda. Dengan menggunakan Teknik pengumpulan data dan jenis penelitian yang berbeda.
2. Bagi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan dapat meningkatkan Keterampilan dalam penggunaan Sosial Media serta pemahaman tentang tanggung jawab serta Manajemen Bisnis sehingga mampu untuk meningkat Minat Berwirausaha yang dimiliki oleh mahasiswa.
3. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk meneliti lebih lanjut tentang minat

## Daftar Pustaka

- Arikunto, S. 2013. *Dasar-dasar Evaluasi Pendidikan* (Kedua). Bumi Aksara.
- Humaizi. 2018. Uses and Gratifications Theory. In *USU Press* (p. 103).
- Indriyani, I., & Subowo. 2019. Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Melalui Self-Efficacy. *Economic Education Analysis Journal*, 20(8), 470–484.
- Isnaini, N. 2022. Manajemen Pondok Pesantren Annuqayah Dalam Mengembangkan Sdm Santri Dibidang Entrepreneurship. *MABIS: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 2(2), 46–58.
- Kharisma, D. A., & Nawawi, Z. M. 2023. Pengaruh Aplikasi TikTok Shop Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Manajemen FEBI UINSU). *Jurnal Ilmiah Manajemen, Bisnis Dan Kewirausahaan*, 3(1), 22–31.
- Kusuma, I. L., Fitria, T. N., Dewi, M. W., & Setiyowati, M. 2021. Pelatihan Kewirausahaan Sebagai Peluang Bisnis untuk Generasi Milenial di Solaraya Selama Masa Pandemi Covid-

19. *Jurnal Budimas*, 03(02), 315–321.
- Lim, k., & Widjaja, O. H. 2023. Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Pengalaman Kerja Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Universitas Tarumanegara. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 1017-1024.
- Mardia, Hasibuan,%  
Paramitasari, N., Emilia, P., Yusendra, M. A. E., & Asnusa, S. 2024. Influences Of Knowledge, Social Media On Entrepreneurial Interest In State University Jakarta. *Jurnal Comparative: Ekonomi Dan Bisnis*, 6(2), 302–104.
- Pramitasari, F. 2016. Pengaruh Motivasi Berwirausaha dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Kelas XI Kompetensi Keahlian Administrasi Perkantoran smk n 1 Bantul. In *Universitas Yogyakarta*.
- Purnomo, M. W. 2022. Pengaruh Kualitas Layanan Dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai Pada Kantor Bnn Kabupaten Lampung Selatan. *Jurnal Mitra Manajemen*, 6(2), 69–82.
- Rahmawati, A., Yohana, C., & Pratama, A. 2022. Pengaruh Sosial Media dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 3(2), 594–604.
- Rama, A., Ganefri, G., & Yulastri, A. 2022. Konsep Entrepreneur dalam Dunia
- Baan, I., Pongtuluran, A. K., & Kannapadang, D. 2024. Pengaruh Kepemimpinan Transformasional dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Tadbir Peradaban*, 4(2), 38–45.
- Cahyaning. 2014. Pengaruh Sikap Mandiri Dan Pengaruh Teman Sebaya terhadap Minat Berwirausaha pada mahasiswa program studi pendidikan Akuntansi Angkatan 2011 Muhammadiyah Surakarta. 5(1), 1–7.
- Dhitara, P. Y. A., & Ardiansyah, E. H. 2022. Pengaruh Use of Sosmed dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Melalui Variabel Intervening Efikasi Diri. *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora*, 8(1), 1–12.
- Giri, N. P. E. L. S., & Sujana, I. N. 2023. Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha. *Jurnal*

*Pendidikan Ekonomi  
Undiksha, 15(1), 112–121.*

*Venturing, 18(2), 165–187.*

Hamirul, Zulkifli, Alhidayat, N., & Elsyra, N. 2022. Viral dulu, Usut kemudian! (Studi Tentang Kontrol Sosial Media Melalui Media Sosial). *Jurnal Pendidikan Dasar Dan Sosial Humaniora, 1(3), 521–526.*

Hamnaeni, Sampara, N., & Bahrudin. 2020. Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis. *Jurnal Decision, 1(1).*

Hasniati. 2022. Pengaruh Motivasi dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha. *Jurnal Ilmiah Ecosystem, 541-550.*

Helmarini. 2019. Pengaruh Praktik Penjualan Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Program Keahlian Bisnis dan Pemasaran SMK Negeri 1 Kota Bengkulu. *Jurnal AkunStie (JAS), 5(2), 62–74.*

Hilmiania. 2022. Pengaruh Ekspektasi Pendapatan dan Penggunaan Media Sosial TikTok terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa STIE IBMT Surabaya. *Jurnal Penelitian Ilmu-ilmu Sosial, 131-139.*

Hoang, H., & Antoncic, B. 2003. Network-based research in entrepreneurship A critical review. *Journal of Business*

