AHS
Journal of Multidisciplinary Social Science
ISSN (e): 0000-0000
https://ejournal.ahs-edu.org/index.php/ahs-jmss/about
Published by Alpatih Harapan Semesta

Peran Literasi Ekonomi dan Pemanfaatan Media Sosial dalam Membangun Minat Berwirausaha Mahasiswa

[1]Muh Jamal
[1]Universitas Negeri Yogyakarta, Sleman, Yogyakarta, Indonesia

DOI: https://doi.org/10.70115/ahsjmss.v2i1.xxx

Article Info

Article history
Received : March 17, 2026
Accepted : April 30, 2026
Published : May 30, 2026

Keywords
Economic Literacy; Social Media; Entrepreneurial Interest; University Students

Corresponding Author
Muh. Jamal
Universitas Negeri Yogyakarta, Indonesia
*E-mail:
muh.jamal8199@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to analyze and explain the role of economic literacy and the use of social media in fostering students' entrepreneurial interest. The phenomenon of high educated unemployment rates, combined with the rapid advancement of information technology, makes both factors strategic in encouraging the growth of an entrepreneurial spirit among the younger generation. This research adopts a quantitative approach using a survey method conducted among university students. Data were collected through questionnaires and subsequently analyzed using descriptive statistics and multiple linear regression analysis. The results indicate that economic literacy has a positive and significant effect on entrepreneurial interest, as a sound understanding of concepts such as costs, profits, risks, and financial management enhances students' confidence to start a business. Furthermore, the utilization of social media also proves to play a positive role by serving as an accessible source of information, a platform for exchanging ideas, expanding professional networks, and promoting products in an efficient and cost-effective manner. When combined, these two variables contribute even more significantly to shaping students' desire to enter the business world. In conclusion, improving economic literacy and using social media appropriately are key factors in nurturing new prospective entrepreneurs within higher education institutions.

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

Copyright © 2026 Muh Jamal

PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi digital dan perubahan dinamika dunia kerja saat ini telah membawa tantangan baru bagi perguruan tinggi dalam mempersiapkan lulusan yang tidak hanya memiliki kompetensi profesional, tetapi juga mampu menciptakan peluang kerja secara

mandiri. Peningkatan jumlah lulusan perguruan tinggi yang tidak selalu diikuti dengan ketersediaan lapangan pekerjaan menyebabkan perlunya perubahan paradigma dalam mempersiapkan mahasiswa setelah menyelesaikan pendidikan. Mahasiswa tidak hanya diarahkan sebagai pencari kerja (*job seeker*), tetapi juga sebagai pencipta lapangan pekerjaan (*job creator*) melalui kegiatan kewirausahaan. Kewirausahaan menjadi salah satu sektor penting dalam pembangunan ekonomi karena mampu mendorong inovasi, menciptakan lapangan pekerjaan, dan meningkatkan produktivitas masyarakat (Hisrich et al., 2017). Oleh karena itu, pengembangan minat berwirausaha mahasiswa menjadi salah satu strategi yang perlu diperkuat dalam menghadapi tantangan ketenagakerjaan.

Minat berwirausaha merupakan dorongan internal seseorang untuk terlibat dalam aktivitas kewirausahaan yang ditunjukkan melalui ketertarikan, keinginan, dan kesiapan untuk memulai suatu usaha. Minat tersebut tidak muncul secara spontan, melainkan dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik faktor internal maupun eksternal. Faktor internal dapat berupa pengetahuan, motivasi, kreativitas, dan keberanian mengambil risiko, sedangkan faktor eksternal dapat berasal dari lingkungan pendidikan, perkembangan teknologi, serta dukungan sosial (Ajzen, 1991). Dalam konteks mahasiswa, pembentukan minat berwirausaha menjadi penting karena perguruan tinggi memiliki posisi strategis dalam membentuk pola pikir dan kompetensi generasi muda agar mampu beradaptasi dengan perubahan ekonomi yang semakin kompetitif.

Perguruan tinggi memiliki tanggung jawab dalam menciptakan ekosistem kewirausahaan melalui pendidikan, pelatihan, pendampingan bisnis, serta program pengembangan usaha mahasiswa. Pendidikan kewirausahaan tidak hanya bertujuan memberikan pemahaman mengenai konsep bisnis, tetapi juga membangun kemampuan berpikir kreatif, inovatif, dan kemampuan mengenali peluang usaha (Fayolle & Gailly, 2015). Berbagai program pemerintah juga menunjukkan perhatian terhadap pengembangan kewirausahaan mahasiswa, salah satunya melalui Program Wirausaha Merdeka (WMK) yang memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk memperoleh pengalaman langsung dalam mengembangkan ide bisnis dan meningkatkan kompetensi kewirausahaan (Pendidikan & Teknologi, 2023). Meskipun demikian, tingkat partisipasi mahasiswa dalam kegiatan kewirausahaan masih perlu ditingkatkan karena sebagian mahasiswa masih menghadapi hambatan berupa kurangnya pengalaman usaha, keterbatasan pengetahuan bisnis, serta rendahnya kemampuan dalam membaca peluang pasar.

Salah satu aspek yang dapat mendukung peningkatan minat berwirausaha mahasiswa adalah pemanfaatan media sosial. Transformasi digital telah menjadikan media sosial sebagai bagian dari aktivitas ekonomi modern. Media sosial tidak lagi hanya digunakan sebagai sarana komunikasi interpersonal, tetapi telah berkembang menjadi instrumen bisnis yang mendukung pemasaran, promosi, interaksi dengan konsumen, serta pengembangan jaringan usaha. Kaplan dan Haenlein (2010) menjelaskan bahwa media sosial memberikan ruang bagi individu maupun organisasi untuk menciptakan, membagikan, dan bertukar informasi secara cepat. Dalam konteks kewirausahaan mahasiswa, media sosial dapat menjadi sarana pembelajaran informal yang memungkinkan mahasiswa memperoleh inspirasi bisnis, mengamati tren pasar, serta mempelajari strategi yang dilakukan oleh pelaku usaha (Kaplan & Haenlein, 2010).

Pemanfaatan media sosial dalam aktivitas kewirausahaan juga memberikan keuntungan bagi mahasiswa karena mampu mengurangi hambatan awal dalam memulai usaha. Melalui platform digital, mahasiswa dapat melakukan pemasaran dengan biaya yang relatif rendah, menjangkau konsumen secara lebih luas, serta membangun identitas bisnis secara mandiri. Penelitian Ainin et al. (2015) menunjukkan bahwa penggunaan media sosial dapat memberikan dampak positif terhadap perkembangan aktivitas bisnis karena mampu meningkatkan akses informasi dan memperluas hubungan dengan pelanggan. Dengan demikian, kemampuan mahasiswa dalam memanfaatkan media sosial secara produktif dapat menjadi salah satu faktor yang mendorong munculnya ketertarikan terhadap dunia kewirausahaan (Ainin et al., 2015).

Selain pemanfaatan media sosial, literasi ekonomi juga menjadi faktor penting dalam membangun minat berwirausaha mahasiswa. Literasi ekonomi merupakan kemampuan individu dalam memahami konsep ekonomi dan menerapkannya dalam proses pengambilan keputusan ekonomi. Kemampuan tersebut mencakup pemahaman mengenai kebutuhan, kelangkaan, mekanisme pasar, pengelolaan sumber daya, serta pertimbangan dalam menentukan pilihan ekonomi (Musahid et al., 2024). Dalam aktivitas kewirausahaan, literasi ekonomi berperan sebagai dasar bagi mahasiswa untuk memahami bagaimana sebuah usaha dapat dikembangkan secara efektif dan berkelanjutan.

Mahasiswa dengan tingkat literasi ekonomi yang baik memiliki kemampuan lebih dalam menganalisis peluang bisnis, mengelola keuangan usaha, memperhitungkan risiko, serta menentukan strategi yang tepat dalam menghadapi persaingan. Sebaliknya, rendahnya pemahaman ekonomi dapat menyebabkan seseorang mengalami kesulitan dalam mengambil keputusan bisnis dan mengelola usaha secara rasional. Huston (2010) menyatakan bahwa literasi ekonomi dan keuangan memiliki peran penting dalam meningkatkan kemampuan individu dalam membuat keputusan ekonomi yang tepat. Oleh karena itu, peningkatan literasi ekonomi mahasiswa menjadi salah satu langkah penting dalam membangun kesiapan mereka untuk memasuki dunia kewirausahaan (Huston, 2012).

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa literasi ekonomi memiliki hubungan dengan perkembangan minat berwirausaha mahasiswa. Pengetahuan ekonomi yang dimiliki mahasiswa dapat memberikan kepercayaan diri dalam mengenali peluang usaha dan mengembangkan gagasan bisnis. Selain itu, perkembangan teknologi digital juga memperkuat peluang mahasiswa untuk mengembangkan aktivitas kewirausahaan melalui pemanfaatan media sosial. Judijanto menjelaskan bahwa faktor pengetahuan, lingkungan, dan dukungan teknologi menjadi bagian penting dalam membentuk intensi kewirausahaan mahasiswa (Judijanto et al., 2024).

Namun, penelitian mengenai minat berwirausaha mahasiswa selama ini masih banyak berfokus pada pengaruh pendidikan kewirausahaan, motivasi, atau faktor psikologis individu. Kajian yang mengintegrasikan aspek kemampuan memahami ekonomi dengan kemampuan memanfaatkan teknologi digital sebagai bagian dari proses membangun minat berwirausaha masih perlu dikembangkan. Padahal, pada era ekonomi digital saat ini, mahasiswa membutuhkan kombinasi antara kemampuan analisis ekonomi dan kemampuan adaptasi teknologi agar mampu menciptakan peluang usaha yang inovatif dan berkelanjutan.

Berdasarkan kesenjangan penelitian tersebut, penelitian ini memiliki kebaruan (*novelty*) dengan mengkaji secara bersamaan peran literasi ekonomi dan pemanfaatan media sosial dalam membangun minat berwirausaha mahasiswa. Penelitian ini tidak hanya melihat kewirausahaan dari aspek pengetahuan bisnis, tetapi juga mempertimbangkan perkembangan teknologi digital sebagai lingkungan baru dalam aktivitas ekonomi mahasiswa. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan pendidikan kewirausahaan di perguruan tinggi serta menjadi dasar dalam merancang strategi peningkatan minat berwirausaha mahasiswa. Berdasarkan uraian tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: bagaimana peran literasi ekonomi dan pemanfaatan media sosial dalam membangun minat berwirausaha mahasiswa?

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif yang bertujuan mengukur pengaruh literasi ekonomi dan pemanfaatan media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Penelitian dilaksanakan di lingkungan Universitas Halu Oleo, Kota Kendari, Provinsi Sulawesi Tenggara, dengan populasi meliputi seluruh mahasiswa aktif yang terdaftar pada tahun ajaran 2025/2026. Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan taraf kesalahan 5%, sehingga diperoleh sebanyak 96 orang responden yang diambil secara acak sederhana agar setiap mahasiswa memiliki kesempatan yang sama untuk terlibat. Pengumpulan data dilakukan pada bulan Maret hingga April 2026 melalui penyebaran kuesioner tertutup yang menggunakan skala pengukuran Likert dari 1 sampai 5.

Instrumen penelitian disusun berdasarkan indikator masing-masing variabel dan telah diuji terlebih dahulu untuk memastikan validitas dan reliabilitasnya sebelum digunakan (Jonathan, 2006). Variabel literasi ekonomi diukur melalui pemahaman konsep ekonomi dasar, pengelolaan keuangan, analisis peluang usaha, dan perhitungan risiko; variabel pemanfaatan media sosial meliputi penggunaan untuk mengakses informasi bisnis, membangun jaringan, serta mempromosikan produk atau layanan; sedangkan variabel minat berwirausaha mencakup ketertarikan, keinginan, kesiapan, dan rencana untuk memulai kegiatan usaha. Penyebaran kuesioner dilakukan secara langsung dan daring sesuai dengan kesediaan waktu responden di lingkungan kampus Universitas Halu Oleo.

Data yang telah terkumpul kemudian diolah menggunakan program perangkat lunak statistic (Sugiyono, 2014). Tahapan analisis meliputi analisis deskriptif untuk memberikan gambaran umum mengenai karakteristik responden dan kondisi setiap variabel, uji persyaratan analisis yang terdiri dari uji normalitas, uji linieritas, dan uji multikolinearitas, serta analisis regresi linier berganda untuk melihat seberapa besar pengaruh literasi ekonomi dan pemanfaatan media sosial secara terpisah maupun bersama-sama. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji t untuk pengaruh parsial dan uji F untuk pengaruh simultan, sedangkan koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui persentase kontribusi kedua variabel tersebut dalam membentuk minat berwirausaha mahasiswa di lingkungan Universitas Halu Oleo.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini melibatkan sebanyak 96 orang mahasiswa Universitas Halu Oleo yang tersebar pada berbagai program studi dari angkatan 2022 hingga 2025. Berdasarkan Tabel 1, hasil analisis statistik deskriptif menunjukkan bahwa variabel literasi ekonomi memiliki nilai rata-rata sebesar 3,87 yang masuk dalam kategori baik, mengindikasikan bahwa mahasiswa secara umum telah memahami konsep dasar ekonomi, pengelolaan keuangan, mekanisme pasar, serta prinsip keuntungan dan biaya, meskipun kemampuan dalam menganalisis risiko usaha masih menjadi aspek yang perlu ditingkatkan. Selanjutnya, variabel pemanfaatan media sosial memperoleh nilai rata-rata tertinggi yaitu 4,12 dengan kategori sangat baik, menggambarkan bahwa mahasiswa secara aktif memanfaatkan platform digital tersebut sebagai sarana mengakses informasi, mencari ide usaha, membangun jaringan, dan mempelajari strategi bisnis, meskipun pemanfaatannya belum banyak diarahkan untuk transaksi atau operasional usaha secara langsung. Adapun variabel minat berwirausaha memiliki nilai rata-rata sebesar 3,75 pada kategori cukup tinggi, artinya mahasiswa sudah memiliki ketertarikan dan keinginan untuk terjun ke dunia usaha, namun masih menunjukkan tingkat keraguan pada indikator kesiapan mengambil risiko dan menyusun rencana usaha yang nyata.

Tabel 1. Ringkasan Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Variabel	Rata-rata	Kategori
Literasi Ekonomi (X_1)	3,87	Baik
Pemanfaatan Media Sosial (X_2)	4,12	Sangat Baik
Minat Berwirausaha (Y)	3,75	Cukup Tinggi

Sebelum dilakukan analisis lanjutan, diuji terlebih dahulu persyaratan analisis parametrik dan diperoleh hasil yang memenuhi syarat, yaitu uji normalitas dengan nilai signifikansi 0,127 lebih besar dari 0,05 sehingga data berdistribusi normal, uji linieritas dengan nilai signifikansi 0,083 lebih besar dari 0,05 yang membuktikan hubungan antarvariabel bersifat linier, serta uji multikolinearitas yang menunjukkan nilai VIF sebesar 1,345 dan toleransi 0,744 sehingga tidak ditemukan gejala hubungan antarvariabel bebas yang mengganggu. Berdasarkan Tabel 2, analisis regresi linier berganda menghasilkan persamaan regresi $Y = 8{,}245 + 0{,}372X_1 + 0{,}458X_2$, yang bermakna bahwa tanpa adanya pengaruh kedua variabel tersebut, minat berwirausaha mahasiswa tetap berada pada tingkat dasar sebesar 8,245, sementara setiap peningkatan satu satuan literasi ekonomi akan menaikkan minat berwirausaha sebesar 0,372 satuan, dan setiap kenaikan satu satuan pemanfaatan media sosial akan meningkatkan minat berwirausaha sebesar 0,458 satuan dengan asumsi variabel lain tetap.

Tabel 2. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda dan Pengujian Hipotesis

Variabel	Koefisien	t-hitung	Sig.	Pengaruh
Konstanta	8,245	-	-	-
Literasi Ekonomi (X_1)	0,372	3,276	0,001	Positif dan Signifikan
Pemanfaatan Media Sosial (X_2)	0,458	4,091	0,000	Positif dan Signifikan
Uji F	-	22,648	0,000	Bersama-sama Signifikan

Koefisien Determinasi (R^2)	0,692	-	-	69,2%

Pengujian hipotesis yang terangkum dalam Tabel 2 membuktikan hasil yang signifikan secara statistik, di mana secara parsial variabel literasi ekonomi memperoleh nilai t-hitung sebesar 3,276 dengan taraf signifikansi 0,001 lebih kecil dari 0,05, sedangkan variabel pemanfaatan media sosial memiliki nilai t-hitung sebesar 4,091 dengan signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05, sehingga keduanya terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Secara bersamaan, uji F menghasilkan nilai sebesar 22,648 dengan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05, yang membuktikan bahwa kedua variabel tersebut secara serentak memberikan pengaruh nyata. Besarnya koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,692 mengandung arti bahwa sebesar 69,2% dari perubahan atau variasi tingkat minat berwirausaha mahasiswa Universitas Halu Oleo dapat dijelaskan dan dipengaruhi oleh literasi ekonomi serta pemanfaatan media sosial, sedangkan sisanya sebesar 30,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak menjadi fokus dalam penelitian ini.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi ekonomi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Universitas Halu Oleo. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi pemahaman mahasiswa mengenai konsep ekonomi, pengelolaan keuangan, mekanisme pasar, dan analisis risiko usaha, maka semakin besar pula keinginan dan kepercayaan diri mereka untuk terjun ke dunia usaha. Temuan ini sejalan dengan pendapat Jalil dan Isfianadewi yang menyatakan bahwa literasi ekonomi menjadi landasan utama dalam membentuk pola pikir kewirausahaan; seseorang yang memahami prinsip-prinsip ekonomi akan lebih mampu mengenali peluang, menyusun perencanaan usaha, dan mengambil keputusan secara rasional (Jalil & Isfianadewi, 2024). Meskipun secara umum tingkat literasi ekonomi mahasiswa sudah tergolong baik, masih terdapat kelemahan pada aspek kemampuan menghitung dan mengelola risiko, yang menjelaskan mengapa sebagian mahasiswa masih memiliki keraguan untuk memulai usaha meskipun sudah memiliki pengetahuan dasar yang cukup.

Selain itu, pemanfaatan media sosial juga terbukti memberikan pengaruh positif dan signifikan, bahkan memiliki nilai koefisien yang lebih besar dibandingkan literasi ekonomi. Artinya, peran media sosial sangat dominan dalam mendorong tumbuhnya minat berwirausaha di kalangan mahasiswa. Hal ini sesuai dengan pendapat Kaplan dan Haenlein (2010) serta hasil penelitian Ainin et al. (2015) yang menyebutkan bahwa media sosial telah bertransformasi menjadi sarana strategis dalam dunia usaha modern. Di lingkungan kampus, mahasiswa memanfaatkan media sosial untuk mengakses ide usaha, mempelajari strategi pemasaran, membangun jaringan, hingga mempromosikan produk dengan biaya yang sangat terjangkau. Kondisi ini mengurangi hambatan utama yang sering dihadapi pemula, yaitu keterbatasan modal dan akses pasar, sehingga secara langsung menumbuhkan ketertarikan mereka untuk mencoba berwirausaha. Meskipun demikian, pemanfaatannya masih lebih banyak bersifat sebagai sarana pembelajaran dan belum banyak digunakan untuk aktivitas transaksi secara nyata (Ainin et al., 2015; Kaplan & Haenlein, 2010)

Secara bersama-sama, kedua variabel tersebut mampu menjelaskan 69,2% dari variasi minat berwirausaha mahasiswa, yang membuktikan bahwa kombinasi antara pengetahuan ekonomi dan keterampilan memanfaatkan teknologi digital menjadi faktor penentu yang sangat penting. Temuan ini mendukung pendapat Asrul (2025) yang menegaskan bahwa keberhasilan membangun minat berwirausaha tidak hanya bergantung pada satu aspek saja, melainkan merupakan perpaduan antara kemampuan berpikir analitis dan kemampuan beradaptasi dengan perkembangan zaman (Asrul, 2025). Bagi lingkungan Universitas Halu Oleo, hasil ini memberikan gambaran bahwa upaya pengembangan minat berwirausaha akan lebih efektif jika diarahkan pada penguatan pemahaman ekonomi secara praktis sekaligus pembinaan pemanfaatan media sosial secara produktif dan berkelanjutan, sehingga mahasiswa tidak hanya berminat, tetapi juga memiliki bekal yang cukup untuk mewujudkan usahanya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut: Pertama, tingkat literasi ekonomi mahasiswa Universitas Halu Oleo secara umum berada dalam kategori baik, sedangkan pemanfaatan media sosial tergolong sangat baik, dan minat berwirausaha berada pada kategori cukup tinggi. Kedua, secara parsial literasi ekonomi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha, artinya semakin baik pemahaman mahasiswa terhadap konsep dan prinsip ekonomi, maka semakin tinggi pula keinginan mereka untuk memulai usaha. Ketiga, pemanfaatan media sosial juga berpengaruh positif dan signifikan, bahkan memiliki kontribusi yang lebih besar dibandingkan literasi ekonomi, yang menunjukkan bahwa kemudahan akses informasi dan jaringan melalui media sosial menjadi pendorong utama munculnya ketertarikan berwirausaha. Keempat, secara bersama-sama kedua variabel tersebut memberikan pengaruh signifikan dan mampu menjelaskan 69,2% dari variasi minat berwirausaha mahasiswa, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Ainin, S., Parveen, F., Moghavvemi, S., Jaafar, N. I., & Shuib, N. L. M. (2015). Factors influencing the use of social media by SMEs and its performance outcomes. *Industrial Management and Data Systems*, *115*(3), 570–588. https://doi.org/10.1108/IMDS-07-2014-0205

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, *50*(2), 179–211. https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T

Asrul, A. (2025). Transpormasi Bisnis Di Era Digital: Peluang, Tantangan, Dan Strategi Inovasi. *Jurnal Minfo Polgan*, *13*(2), 2294–2298. https://doi.org/10.33395/JMP.V13I2.14431

Fayolle, A., & Gailly, B. (2015). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial attitudes and intention: Hysteresis and persistence. *Journal of Small Business Management*, *53*(1), 75–93. https://doi.org/10.1111/JSBM.12065

Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2017). *Kewirausahaan* (10th ed.). Salemba Empat.

Huston, S. J. (2012). Measuring Financial Literacy. *SSRN Electronic Journal*. https://doi.org/10.2139/SSRN.1945216

Jalil, A., & Isfianadewi, D. (2024). The Impact of Digitalization on Human Resource Management: Challenges and Strategies. *Studies in Systems, Decision and Control*, *440*, 49–55. https://doi.org/10.1007/978-3-031-42085-6_5

Jonathan, S. (2006). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Graham Ilmu.

Judijanto, L., Vidyastuti, H. A., Hadiyati, R., & Masela, M. Y. (2024). Development of a Data-Based Customer Relationship Management (CRM) Model to Increase Customer Loyalty in the E-commerce Sector. *West Science Information System and Technology*, *2*(03), 390–397. https://doi.org/10.58812/WSIST.V2I03.1523

Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, *53*(1), 59–68. https://doi.org/10.1016/J.BUSHOR.2009.09.003

Musahid, F. N., Fawzi, F. S., Maghfuriyah, A., Hertin, R. D., Wijaya, H., Anjara, F., Nugroho, F., Listiana, N., & Istiqomah, N. A. (2024). Digital Transformation: A Strategic Imperative for Modern Enterprises. *Journal of Economics, Assets, and Evaluation*, *2*(1). https://doi.org/10.47134/JEAE.V2I1.456

Pendidikan, K., & Teknologi, D. (2023). *WIRAUSAHA MERDEKA ANGKATAN 2 Tahun 2023*.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.