

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

SKRIPSI



Nama : Reki Okta Iis Eliansya

NIM : 212015255

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

2020

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

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Menyusun Skripsi Pada
Program Strata Satu Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Palembang**



Nama : Reki Okta Iis Eliansya

NIM : 212015255

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

2020

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Reki Okta Iis Eliansya

NIM : 212015255

Konsentrasi : Pemasaran

Judul Skripsi : Pengaruh Motivasi, Persepsi, dan Pembelajaran Terhadap Keputusan Berwirausaha Masyarakat di Kecamatan Seberang Ulu II Palembang.

Dengan ini saya menyatakan :

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Strata 1 dibadan pengelolaan
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa batasan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya ini serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Palembang, Febuari 2020

METERAI
TEMPEL
DEC6DAFF56208661
6000
ENAM RIBU RUPIAH



Reki Okta Iis Elyansya

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul: Pengaruh Motivasi, Persepsi, dan Pembelajaran Terhadap Keputusan
Berwirausaha Masyarakat di Kecamatan Seberang Ulu II Palembang.

Nama : Reki Okta Iis Eliansya
Nim : 212015255
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran

Diterima dan Disahkan
Pada Tanggal, Februari 2020

Pembimbing I,



DR. Diah Isnaini Asiati, S.E., M.M
NIDN : 0207046301

Pembimbing II,

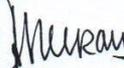


Zawawi Nayution, S.E., M.Si
NIDN : 0222045802

Mengetahui,

Dekan

Hj. Maffiah Nurrahmi, S.E., M.Si
NIDN : 0216057001



Hj. Maffiah Nurrahmi, S.E., M.Si
NIDN : 0216057001

Motto dan Persembahan

“Bertaqwalah Kepada Allah, maka Dia akan membimbingmu. Sesungguhnya Allah mengetahui segala sesuatu”

(Qs. Al-Baqarah: 282)

***“Barangsiapa yang bersungguh-sungguh,
sesungguhnya akan terdapat untuknya kebaikan dirinyasendiri” (Qs.***

Al-Ankabut: 6)

***“Tetaplah menjadi seperti Air yang terus mengalir melewati semua hambatan
dalam mengarungi setiap perjalanan”***

(Reki Okta Iis Eliansya)

Persembahan:

1. ***Orang Tua Terkasi Bapakku Izhar dan Ibuku Emsi Hartati***
2. ***Adik - Adikku:***
 - ***Rianda Agustari***
 - ***Randi Mardiansyah***
 - ***Renza Julanda***
 - ***Renzi Juventus***
 - ***Raisa Khaira Aprilia***
3. ***Kakek dan Nenekku semuanya***



Assalamu'alaikum Wr.Wb

PRAKATA

Alhamdulillah robbil'alamiin, tiada kata yang dapat penulis sampaikan selain ucapan syukur kehadiran Allah SWT, karena hanya dengan ridho-Nyalah penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul Pengaruh Motivasi, Peresepsi dan Pembelajaran Terhadap Keputusan Berwirausaha Masyarakat di Kecamatan Seberang Ulu II Palembang. Dengan tepat waktu.

Penulisan skripsi ini dibagi menjadi lima bab, yaitu bab pendahuluan, bab kajian pustaka, kerangka pemikiran dan hipotesis, bab metode penelitian, bab hasil penelitian dan pembahasan serta bab simpulan dan saran. Meski dalam penulisan skripsi ini, penulis telah mencurahkan segenap kemampuan yang dimiliki, tetapi penulis yakin tanpa adanya saran, bantuan dan dorongan dari berbagai pihak, maka skripsi ini tidak mungkin dapat tersusun sebagaimana mestinya.

Ucapan terima kasih penulis juga sampaikan terutama kepada Bapakku Izhar dan Ibuku Emsi Hartati serta keluarga yang doa dan bantuan memiliki makna besar dalam proses ini.

Selain itu ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada :

1. Bapak Dr. H. Abid Djazuli S.E.,M.M, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Drs. H. Fauzi Ridwan,M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

3. Ibu Maftuha Nurrahmi selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Ibu DR. Diah Isnaini Asiati, S.E.,M.M selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Palembang
5. Ibu DR.Diah Isnaini Asiati, S.E.,M.M dan Pak Zawawi, S.E.,M.Si sebagai Pembimbing Skripsi
6. Ibu DR. Trisniarty Adjeng Moelyatie., S.E., MM, selaku pembimbing akademik dan juga penelaah 1. DR. Trisniarty Adjeng Moelyatie., S.E., MM, dan ibu Zaleha Trihandayani, S.E.,M.Si. sebagai penelaah 2.
7. Para responden yang telah bersedia dalam partisipasi meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner yang telah di sebarakan.
8. Teman - teman satu angkatan, teman - teman satu kost'an , teman dan sahabat semuanya.

Semoga Allah membalas budi baik atas seluruh bantuan yang diberikan guna menyelesaikan tulisan ini. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kesalahan dan kekurangan. Meskipun demikian mudah-mudahan skripsi ini bermanfaat.

Palembang, Januari 2020

Penuli

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPULDEPAN	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	iii
HALAMAN PENGESAHANSKRIPSI	iv
HALAMANPERSEMBAHANDANMOTTO	v
HALAMANPRAKATA	vi
HALAMANDAFTARISI	viii
HALAMDAFTARTABEL	x
HALAMANDAFTARLAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACK	xiii
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
BAB II. KAJIAN KEPUSTAKAA, KERANGKA PIKIRAN DAN HIPOTESIS	
A. Landasan Teori	9
B. Penelitian Sebelumnya	21
C. Kerangka Pemikiran	26
D. Hipotesis	26
BAB III. METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	27
B. Lokasi Penelitian	27
C. Operasional Variabel	28
D. Populasi Dan Sampel	29
E. Data Yang Diperlukan	31
F. Metode Pengumpulan Data	31
G. Analisis Data Dan Teknik Analisis	32

BABIV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian	39
B. Pembahasan	52
BABV. SIMPULAN DAN SARAN	
A. Simpulan	58
B. Saran	58
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

Daftar Tabel

Tabel II.1	5
Tabel II.2	6
Tabel II.1	11
Tabel III.1	28
Tabel IV.1	41
Tabel IV.2	42
Tabel IV.3	42
Tabel IV.4	43
Tabel IV.5	44
Tabel IV.6	44
Tabel IV.7	45
Tabel IV.8	46
Tabel IV.9	47
Tabel IV.10	48
Tabel IV.11	49
Tabel IV.12	50
Tabel IV.13	50
Tabel IV.14	51

Daftar Lampiran

Lampiran 1. Jadwal Penelitian

Lampiran 2. Kuesioner

Lampiran 3. Tabulasi Data Penelitian

Lampiran 4. Tabulasi Data Penelitian (Keputusan, Motivasi, Persepsi, & Pembelajaran)

Lampiran 5. Analisis Data

Lampiran 6. Produk Moment

Lampiran 7. Titik Persentase Distribusi ($df = 91-135$)

Lampiran 10. Titik Persentase Distribusi t ($df = 81-120$)

Lampiran 11. Kartu Aktivitas Bimbingan Skripsi

Lampiran 12. Surat Riset

Lampiran 13. Plagiarism Checker Lampiran

14. Sertifikat Toefl

Lampiran 15. Sertifikat AIK

Lampiran 16. Sertifikat Seminar Pemasaran

Lampiran 17. Sertifikat Seminar Nasional Dan Deklarasi Wirausaha Muda 2017

Lampiran 18. Sertifikat BUMDES

Lampiran 19. Biodata Penulis

ABSTRAK

Reki Okta Iis Eliansya/212015255/2020/Pengaruh Motivasi, Persepsi, dan Pembelajaran Terhadap Keputusan Berwirausaha Masyarakat di Kecamatan Seberang Ulu II Palembang/Manajemen Pemasaran.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: 1) adakah pengaruh motivasi, persepsi, dan pembelajaran secara bersama-sama terhadap keputusan berwirausaha di Kecamatan Seberang Ulu II Palembang, 2) adakah pengaruh motivasi, persepsi, dan pembelajaran secara parsial terhadap keputusan berwirausaha di Kecamatan Seberang Ulu II Palembang. Tujuannya untuk: 1) untuk mengetahui pengaruh motivasi, persepsi, dan pembelajaran secara bersama-sama terhadap keputusan berwirausaha di Kecamatan Seberang Ulu II Palembang, 2) untuk mengetahui pengaruh motivasi, persepsi, dan pembelajaran secara parsial terhadap keputusan berwirausaha di Kecamatan Seberang Ulu II Palembang. Penelitian ini termasuk penelitian asosiatif. Variabel dalam penelitian ini adalah: motivasi, persepsi, pembelajaran, dan keputusan berwirausaha. Sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 orang konsumen. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah kuisioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa: 1) ada pengaruh sebagai motivasi, persepsi, dan pembelajaran secara bersama-sama terhadap keputusan berwirausaha masyarakat di Kecamatan Seberang Ulu II Palembang. Hal ini dapat dilihat bahwa nilai F_{hitung} sebesar 4,567 > F_{tabel} sebesar 3,09; 2) ada pengaruh sebagai motivasi, persepsi, dan pembelajaran secara parsial terhadap keputusan berwirausaha masyarakat di Kecamatan Seberang Ulu II Palembang. Hal ini dapat dilihat bahwa masing-masing nilai F_{hitung} > F_{tabel} sebesar 1,66.

Katakunci: pengaruh, motivasi, persepsi, pembelajaran, keputusan berwirausaha.

ABSTRACT

Reki Okta Iis Eliansya / 212015255/2020 / The Influence of Motivation, Perception, and Learning Against Community Entrepreneurial Decisions in Seberang Ulu II District of Palembang / Marketing Management

The formulation of the problems in this study were: 1) is there an influence of motivation, perception, and learning together in the entrepreneurial decision in the Seberang Ulu II District of Palembang, 2) is there a partial influence of motivation, perception and learning on entrepreneurial decisions in the Seberang Ulu II District in Palembang. The aim was to: 1) determine the effect of motivation, perception and learning together on entrepreneurial decisions in the Seberang Ulu II District of Palembang, 2) to determine the effect of motivation, perception and partial learning on entrepreneurial decisions in the Seberang Ulu II District of Palembang. This research was associative research. The variables in this study were: motivation, perception, learning, and entrepreneurial decisions. The sample in this study was 100 customers. The data used in this study was primary data. The data collection method in this study was a questionnaire. The data analysis technique used was multiple linear regression. The results of the analysis showed that: 1) there is influence as motivation, perception, and learning together on community entrepreneurial decisions in the District of Seberang Ulu II Palembang. It can be seen that the value of F_{count} is $4.567 > F_{table}$ of 3.09; 2) there is an influence as motivation, perception and learning partially on community entrepreneurship decisions in the District of Seberang Ulu II Palembang. It can be seen that each value of $F_{count} > F_{table}$ is 1.66.

Keywords: influence, motivation, perception, learning, entrepreneurial decisions.

PENGESAHAN
NO. 129 / Abstract / LB / UMP / II / 2020
Telah di Koreksi oleh
Lembaga Bahasa
Universitas Muhammadiyah Palembang

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Konsep pemasaran diperlukan oleh setiap organisasi. Pemasaran memberikan arah dan pengembangan setiap organisasi agar tetap dapat bertahan dan terus berinovasi secara berkelanjutan. Sebagai sebuah organisasi yang tujuan utamanya memperoleh keuntungan, pemasaran tentu memberikan arti sangat penting bagi pengelolaannya dalam rangka menawarkan produk yang bernilai. Banyak produk diperlukan pasar sehingga sangat penting bagi perusahaan menggunakan konsep pemasaran untuk memperoleh keuntungan.

Salah satu pembahasan dalam pemasaran adalah perilaku konsumen. Seorang pemasar selalu mengawasi usahanya dengan memperhatikan perilaku konsumen. Lewat perhatian terhadap perilaku konsumen, pemasar dapat menyesuaikan apa saja produk yang diinginkan konsumen sehingga pemasar selanjutnya dapat membuat dan menawarkan produk tersebut. Kesesuaian produk dengan keinginan konsumen akan mendorong konsumen melakukan pembelian sehingga pemasar memperoleh keuntungan.

Banyak factor yang mempengaruhi perilaku konsumen. Motivasi termasuk salah satu faktor yang berpengaruh terhadap perilaku konsumen (Kotler & Keller,2009). Semakin kuat dorongan internal yang berasal dari diri seseorang dan eksternal yang berasal dari luar pribadinya, maka semakin kuat dorongan itu mengarahkannya pada tindakan-tindakan yang diinginkan.

Demikian sebaliknya.

Faktor lain yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian adalah persepsi (Kotler & Keller, 2009). Sebahagian besar orang berfikir dan mengambil keputusan berdasarkan persepsinya. Dalam pemasaran sering persepsi lebih penting dari pada realitas karena persepsi akan mengarahkan perilaku aktual konsumen. Beberapa orang mungkin memiliki persepsi yang berbeda terhadap objek yang sama. Hal itu dikarenakan setiap orang memiliki sumber informasi dan pengalaman yang mungkin berbeda terhadap suatu produk tertentu sehingga mereka mungkin memiliki persepsi yang berbeda.

Pengetahuan juga berpengaruh terhadap perilaku konsumen (Kotler & Keller, 2009). Pengetahuan memberikan bermacam-macam informasi tentang manfaat sebuah produk kepada konsumen. Makin banyak manfaat yang bakal diterima dari sebuah produk, maka makin kuat keinginan konsumen untuk melakukan pembelian. Akan tetapi sebegus apa pun sebuah produk, apabila konsumen tidak mengetahui informasi tersebut maka konsumen tidak akan tergerak untuk meresponnya menjadi keputusan pembelian

Perilaku konsumen juga dapat digunakan dalam pengembangan Berwirausaha di Indonesia. 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). Kemajuan teknologi dan ilmu pengetahuan ikut memiliki andil dalam mendorong 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.

Di negara yang sedang berkembang, usaha-usaha yang banyak tumbuh di masyarakat 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 perkerjaan baru dihasilkan oleh sektor usaha kecil, usaha kecil menyumbang bagian terbesar dari penjualan di sektor 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 terbesar kegagalan usaha kecil (Daryanto 2013 :2). Di Indonesia, 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 kenyataannya di lapangan, masih banyak kendala yang dihadapi oleh usaha kecil dan menengah. Menurut Prawiranegara dalam Suryanita (2006:5) kendala intern yang dihadapi oleh pengusaha kecil yaitu kualitas SDM yang masih rendah, lemahnya akses dan pengembangan pangsa pasar, lemahnya struktur pemodalan, terbatasnya penguasaan teknologi, lemahnya organisasi dan manajemen, serta terbatasnya jaringan usaha dan

kerjasama dengan pelaku-pelaku ekonomi lainnya. Untuk menghadapi kendala tersebut, seorang pengusaha harus memiliki pondasi yang kuat sebelum mendirikan dan menjalankan usahanya. Seorang pengusaha harus memiliki orientasi kewirausahaan untuk menghadapi persaingan dan tekanan pasar yang terus meningkat (Kaur and Mantok , 2015).

Faktor yang menyebabkan lemahnya usaha kecil antara lain: keterbatasan modal, permasalahan kepegawaian, biaya langsung yang tinggi, keterbatasan varian usaha, dan rendahnya kredibilitas (Daryanto 2013: 4). Selain itu, para pengusaha belum memiliki orientasi kewirausahaan yang kuat dalam menghadapi kelemahan-kelemahan tersebut dan bertahan dalam persaingan bisnis. Pengusaha akan dihadapkan dengan berbagai permasalahan, sehingga diperlukan kemampuan manajemen yang kuat untuk menyusun strategi-strategi pemasaran agar dapat terus bertahan dalam dunia usaha. Kelancaran suatu strategi pemasaran tentunya membutuhkan orientasi kewirausahaan yang kuat dan kemampuan manajemen yang handal agar kinerja usaha dapat dihasilkan secara optimal.

Menurut Scarborough dan Zimmerer (1993:5), wirausaha adalah orang yang menciptakan suatu bisnis baru dalam menghadapi resiko dan ketidakpastian dengan maksud untuk memperoleh keuntungan dan pertumbuhan dengan cara mengenali peluang dan mengombinasikan sumber-sumberdaya yang di perlukan untuk mempaatkan peluang tersebut.

Peneliti melakukan wawancara pendahuluan untuk mengetahui daya tarik menjadi wirausaha kepada 30 orang. Dari sejumlah orang tersebut ternyata 19 diantara mereka menyatakan senang menjadi wirausaha, sedangkan sisanya sebanyak 11 orang menyatakan sebaliknya. Selanjutnya ketika diajukan pertanyaan lebih lanjut tentang alasan mereka, berikut ditampilkan jawabannya :

Tabel 1.1
Alasan Seseorang Memilih Setuju Berwirausaha

No	Alasan	Jumlah (orang)
1	Bekerja tidak dalam tekanan	3
2	Sudah keinginan dari lahir	1
3	Bisa mendapatkan penghasilan yang lebih besar	2
4	Bisa membuka lapangan pekerjaan baru	2
5	Masa depan terjamin	2
6	Adanya pengalaman	2
7	Melanjutkan usaha orang tua	3
8	Ingin mandiri	1
9	Tidak suka di atur dan di perintah orang lain	2
10	Suka mencoba hal yang baru	1
Jumlah		19

Sumber : Wawancara Pra Riset, 2019

Berdasarkan hasil dari wawancara prariset dari tabel I.1 tampak ragam alasan responden setuju untuk menjadi wirausaha. Adapun alasan responden yang tidak setuju menjadi wirausaha ditampilkan dalam table selanjutnya berikut .:

Tabel I.2
Alasan Seseorang Memilih Tidak Setuju Berwirausaha

No	Alasan	Jumlah (orang)
1	Tidak mempunyai modal	4
2	Mempunyai tanggung jawab yang besar	1
3	Takut rugi	2
4	Bingung menentukan usaha apa yang cocok	1
5	Kurang pengalaman	3
Jumlah		11

Sumber : Wawancara Pra Riset, 2019

Seperti jawaban pada kelompok responden sebelumnya, terhadap responden yang menyatakan tidak setuju berwirausaha juga memiliki ragam jawaban. Apabila ragam jawaban tersebut dirangkum, maka terdapat beberapa menggambarkan beberapa variabel berikut :

1. Motivasi

Alasan-alasan responden seperti bekerja dalam tekanan, menjadi keinginan sejak lahir, bisa membuka lapangan kerja, ingin mandiri, tidak suka diatur orang lain, dan suka mencoba hal yang baru merupakan unsur-unsur yang

menggambarkan motivasi seseorang. Makin kuat dorongan ini maka makin besar kemungkinan seseorang tersebut mewujudkan keinginannya menjadi wirausaha. Berbagai dorongan ini dapat semakin kuat/lemah karena pengaruh lingkungan yang berasal dari eksternal individu. Dorongan internal yang baik seharusnya bertemu dengan faktor-faktor eksternal yang mendukung sehingga semakin kuat dapat dapat mewujudkan keinginan menjadi wirausaha.

2. Persepsi

Persepsi sering menjadi dasar bagi konsumen untuk memutuskan sesuatu. Ketika belum diketahui bagaimana menjadi wirausaha, maka indikator-indikator seperti tidak punya modal, masa depan terjamin, tanggung jawab besar, bisa memperoleh pendapatan besar, takut rugi, dan bingung menentukan usaha menjadi sebuah ketakutan tersendiri yang menyebabkan orang takut menjadi wirausaha. Dalam persepsi mereka menjadi wirausaha adalah sesuatu yang sulit karena harus berhadapan dengan hal-hal tersebut. Padahal indikator-indikator tersebut tidaklah menjadi masalah bagi orang lain untuk menekuni kewirausahaan.

3. Pembelajaran

Pembelajaran menggambarkan adanya perubahan perilaku karena pengalaman. Ada pengalaman, melanjutkan usaha orang tua dan Sering belajar adalah alasan yang menggambarkan variabel pembelajaran. Lewat proses tersebut, seseorang tidak lagi memiliki ketakutan untuk mengambil keputusan menjadi wirausaha.

Berdasarkan fenomena diatas maka perlu dilakukan penelitian dengan judul **Pengaruh Motivasi, Persepsi, dan Pembelajaran Terhadap Keputusan Berwirausaha Masyarakat di Kecamatan Seberang Ulu II Palembang.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian ini dirumuskan masalah:

1. Adakah pengaruh motivasi, persepsi, dan pembelajaran secara bersama-sama terhadap keputusan berwirausaha di Kecamatan Seberang Ulu II Palembang?
2. Adakah pengaruh motivasi, persepsi, dan pembelajaran secara parsial terhadap keputusan berwirausaha di Kecamatan Seberang Ulu II Palembang?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka penelitian ini bertujuan:

1. Untuk mengetahui pengaruh motivasi, persepsi, dan pembelajaran secara bersama-sama terhadap keputusan berwirausaha di Kecamatan Seberang Ulu II Palembang ?
2. Untuk mengetahui pengaruh motivasi, persepsi dan pembelajaran secara parsial terhadap keputusan berwirausaha di Kecamatan Seberang Ulu II Palembang ?

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi peneliti
Penelitian ini dapat memberikan gambaran terhadap praktek dari teori yang selama ini dipelajari, khususnya dalam kajian pemasaran terutama dalam

hubungannya dengan motivasi, persepsi, dan pembelajaran yang berpengaruh terhadap keputusan berwirausaha.

2. Bagi Almamater

Bagi peneliti lain penelitian ini di harapkan menjadi bahan perbandingan untuk kajian sejenis dimasa yang akandatang.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Hasan. (2013) . *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan, Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : Cetak Pertama CAPS.
- Daryanto, (2013). *Pengantar Kewirausahaan*. Jakarta: Prestasi Pustaka.
- Doni Junni Priansa. (2017). *Prilaku Konsumen dalam BIsnis Kontenporer*. Bandung : Alfabeta.
- Imam Ghozali. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS (edisi ke 4)*. Semarang: BadanPenerbit Universitas Diponogoro.
- Kotler & Amstrong, (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler & Keller (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi ke 13 Jakarta. Erlangga.
- Masri, Singaribun dan Sofian Effendi. (1989). *Metode Penelitian Survey*. Jakarta : LP3ES.
- Riduan. (2014). *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*. Cetakan Kesepuluh. Bandung: Alfabeta
- Sangaji, E. M.,98 & Sopiah (2013). *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Schiffman & Kanuk. (2008). *Prilaku Konsumen. Edisi 7*. Jakarta: Indeks.
- Schiffman, Leon G. & Leslie Lazar Kanuk (2010). *Consumer Behavior Eighth Edition*. Pearson Prentice Hall.
- Sofyan, Siregar. (2013). *Merode Penelitian Kuantitatif*. Edisi Pertama. Jakarta : Penerbit Prenadamedia Group.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Afabeta.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Afabeta.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Afabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Afabeta.
- Suharsimi, Arikunto. (1989). *Manajemen Penelitian*. Jakarta : PT. Rineka Cipta.

Ujang Sumarwan. (2011). *Perilaku Konsume: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor : Penerbit Ghalia Indonesia,

Ujang Sumarwan. (2014). *Perilaku Konsumen dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia.