

**KEPERCAYAAN DIRI PADA REMAJA PELAKU BISNIS
KULINER DI MENCO**



**Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata 1
Pada Jurusan Psikologi Fakultas Psikologi**

Oleh :

MONICA LINDA PRATIWI

F100130019

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2021

HALAMAN PERSETUJUAN

**KEPERCAYAAN DIRI PADA REMAJA PELAKU BISNIS KULINER DI
MENCO**

PUBLIKASI ILMIAH

Oleh :

MONICA LINDA PRATIWI

F.100 130 019

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen

Pembimbing



(Susatyo Yuwono, S.Psi, M. Si)

HALAMAN PENGESAHAN

**KEPERCAYAAN DIRI PADA REMAJA PELAKU BISNIS KULINER DI
MENCO**

OLEH :

**MONICA LINDA PRATIWI
F 100 130 019**

**Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Fakultas Psikologi
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari Jum'at, 22 Januari 2021
dan dinyatakan telah memenuhi syarat.**

Dewan Penguji:

**1. Susatyo Yuwono, S.Psi, M.Si, Psikolog
(Ketua Dewan Penguji)**

()

**2. Achmad Dwityanto, S.Psi, M.Si, Psikolog
(Anggota I Dewan Penguji)**

()

**3. Santi Sulandari, S.Psi, M.Ger.
(Anggota I Dewan Penguji)**

()



(Susatyo Yuwono, S.Psi, M.Si, Psikolog)

NIK.838/NIDN.0629037401

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam naskah publikasi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidak benaran dalam pernyataan saya di atas, maka saya akan bertanggung jawab sepenuhnya.

Surakarta, 27 Desember 2020

Penulis,



Monica Linda Pratiwi

F.100 130 019

KEPERCAYAAN DIRI PADA REMAJA PELAKU BISNIS KULINER DI MENCO

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kepercayaan diri remaja terhadap bisnis kuliner. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimanakah kepercayaan diri remaja terhadap bisnis kuliner? Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Peneliti ingin memahami dan mengetahui seberapa percaya diri remaja dalam berbisnis kuliner. Dalam penelitian ini informan yang digunakan adalah remaja usia 17-21 tahun yang menjalankan usaha kuliner di kawasan Menco yang berjumlah kurang lebih 6 informan. Data yang akan disajikan adalah data wawancara. Penelitian ini menggunakan strategi triangulasi dalam memvalidasi akurasi hasil dan interpretasi. Analisis data pada dasarnya merupakan proses pengorganisasian satu data dengan data lainnya sehingga tercipta sinergi data antar temuan di lapangan. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan menunjukkan bahwa pelaku usaha kuliner memiliki tingkat kepercayaan diri yang tinggi, hal ini ditunjukkan dengan bentuk kepercayaan diri pelaku usaha kuliner yaitu mampu mengambil keputusan, berfikir positif & rasional, bersosialisasi, menerima saran dari orang lain, percaya / percaya pada kemampuan diri, tidak memikirkan pesaing dan tidak puas dengan satu hal. Faktor-faktor yang menyebabkan para pelaku bisnis kuliner percaya diri dalam menjalankan bisnis kuliner, konsisten, memiliki passion, berani mengambil resiko dan memiliki dorongan untuk sukses.

Kata kunci : kepercayaan diri, remaja, bisnis kuliner

Abstract

The purpose of this study was to determine adolescent confidence in the culinary business. The formulation of the problem in this research is how is the confidence of teenagers in the culinary business? This study uses a qualitative method. Researchers want to understand and find out how confident adolescents in the culinary business are. In this study, the informants used were teenagers aged 17-21 years who run a culinary business in the Menco area, totaling approximately 6 informants. The data to be presented is interview data. This study uses a pileup strategy in validating the accuracy of the results and interpretation. Data analysis is basically a process of organizing one data with another so that data synergy is created between findings in the field. Based on the results of the analysis and discussion, it shows that culinary business people have a high level of self-confidence, this is indicated by the form of self-confidence of culinary business people, namely being able to make decisions, think positively & rationally, socialize, accept suggestions from others, believe / believe in self-ability, not thinking about competitors and not being satisfied with one thing. Factors that cause culinary business people to be confident in running a culinary business, be consistent, have passion, dare to take risks and have the drive to succeed.

Keywords : self confidence, adolescent, culinary business

1. PENDAHULUAN

Gaya hidup pada kota besar khususnya para remaja sering meluangkan waktu dengan keluarga atau pun sahabat serta rekan-rekan mereka untuk berkumpul pada sebuah café yang menurut mereka nyaman, hal ini merupakan pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam minat, aktivitas dan opininya. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan dari seseorang dalam melakukan interaksi dengan lingkungannya. Gaya hidup menggambarkan seluruh pola seseorang dalam beraksi dan berinteraksi di dunia (Kotler, 2002).

Saat ini tren pertumbuhan *franchise* masih didominasi oleh bidang kuliner yaitu sekitar 50-55%, disusul oleh sektor pendidikan serta usaha waralaba jasa dan retail. Ketua Asosiasi *Franchise* Indonesia, Anang Sukandar menilai bisnis waralaba mampu berperan dalam menciptakan peluang bisnis dan lapangan kerja serta memiliki cirri khas yang mampu berkembang menjadi usaha yang efisien dan berdaya saing (Sukandar & Widjaya, 2019).

Pertumbuhan industri makanan dan minuman mulai menjadi andalan sebagai penopang pertumbuhan ekonomi nasional dan manufaktur. Pada 2019 sektor makanan dan minuman diyakini terus menjadi primadona, terutama pada sektor industri pariwisata yang mengembangkan wisata kuliner. Pada 2018 Kementerian Perindustrian (Kemenperin) menyebut sektor makanan dan minuman berhasil menyumbang Product Domestic Bruto (PDB) nasional sebesar 6,34%. Capaian Kemenperin tersebut naik 0,23% dari tahun 2017 menjadi sebesar 6,21%. Sejak tahun lalu industri makanan dan minuman berhasil masuk dalam lima besar penyumbang PDB terbesar bersama industri lain seperti industri kimia, alat angkut, tekstil, dan teknologi (Sindo, 2019).

Produk yang ditawarkan harus sesuai dengan selera konsumen atau melakukan inovasi secara terus menerus mengenai hal rasa. Hal ini memberikan pengaruh untuk menjaga kualitas merek, gaya hidup dan selalu menjadi perbincangan terhadap produk yang ditawarkan (Severi, Ling dan Nasirmoadeli, 2014).

Pusat kuliner merupakan tempat makan dengan banyak stand makanan. Pengunjung bebas memilih, baik makanan maupun tempat makannya. Kuliner menjadi sangat penting sebagai budaya bangsa. Indonesia memiliki banyak keanekaragaman

makanan yang berbeda antar daerah, harus dijaga agar tidak diklaim oleh negara lain. Seperti halnya tari, kuliner adalah bagian dari identitas Budaya Indonesia (Wongso, 2015).

Ciri-ciri wirausaha dalam bentuk kuliner harus dibekali dengan beberapa komponen, diantaranya yaitu: a) percaya diri, orientasi pada hasil, berani mengambil resiko, kepemimpinan, orisinalitas (inovatif, kreatif, dan fleksibel), dan orientasi pada masa depan (Suryana, 2013).

Hubungan kepercayaan diri remaja terhadap bisnis kuliner merupakan sebuah keyakinan dari pada aspek kelebihan yang dimiliki seseorang dan merasa mampu untuk mencapai tujuan hidupnya (Hakim, 2003). Pra penelitian yang dilakukan oleh peneliti berupa wawancara mengenai kepercayaan diri remaja pada bisnis kuliner yaitu sebagai berikut:

Informan I merupakan informan berjenis kelamin laki-laki yang berusia 25 tahun. Informan I mulai mendirikan bisnis kuliner yang bernama Balekakung pada umur sembilan belas tahun dengan alasan tidak ingin kerja dengan orang lain dan bertekad untuk menciptakan lapangan kerja sendiri. “Dulu sebenarnya nggak ke kuliner, mau usaha peternakan, dikarenakan modalnya yang terlalu besar saya tidak bisa menjangkau dan kebetulan kakak juga mempunyai usaha yaitu usaha kuliner, nah dari itu saya belajar sama kakak saya kemudian saya mantep untuk memulai bisnis kuliner ini” tutur I.

I mengatakan bahwa ia mengalami penurunan pelanggan saat terjadi covid hingga 90% dari hari biasanya saat tidak terjadi covid. I mengambil langkah untuk menutup sementara warung yang berada di Menco karena pendapatan yang di terima saat covid tidak bisa menutupi untuk menggaji karyawan yang ia miliki. Untuk mengupayakan adanya pemasukan, I membuka cabang warung yang sama di daerah Boyolali yang saat ini berjalan normal.

Informan YE merupakan informan yang berjenis kelamin laki-laki yang berusia 26 tahun. YE memulai bisnis Kedai Kopi DKK saat ia berusia 21 tahun bersama 2 orang temannya. Bermula dari keisengan dan sering begadang minum kopi ketiganya memutuskan untuk membuka kedai kopi sendiri. Namun di awal tahun 2020 YE putus

mitra dengan 2 temannya karena ingin membuka usaha sendiri di kampung halaman, dengan begitu saat ini YE hanya *menghandle* usaha Kedai Kopi DKK seorang diri.

YE mengatakan bahwa ia mengalami penurunan pelanggan sebanyak 90% dari hari biasanya saat tidak terjadi covid. YE menjelaskan bahwa ia tidak pernah menutup kedai kopi miliknya dari awal terjadi covid hingga sekarang dan hanya mengurangi jam operasional kedai miliknya saja. Alasan YE tetap bertahan disaat kondisi seperti ini yaitu karena YE tertantang untuk *survive* dengan bisnis yang ia jalankan seorang diri di masa pandemi ini agar tetap mendapat pemasukan secara mandiri.

Informan RNA merupakan informan berjenis kelamin perempuan yang berusia 25 tahun. RNA berkecimpung di dunia bisnis kuliner saat ia berusia 20 tahun dengan mendirikan usaha Warung Decadas yang menjual berbagai macam masakan seperti ayam, nasi goreng dan olahan mie. Berawal dari ingin mendapat uang jajan tambahan dan bercita-cita menjadi pengusaha muda yang bisa membuka lapangan pekerjaan bagi orang lain RNA membangun usaha tersebut bersama suaminya yang kala itu masih berstatus sebagai pacar dari RNA.

RNA menuturkan bahwa ia mengalami penurunan pelanggan saat covid terjadi. RNA memutuskan untuk menutup sementara warung miliknya dan beralih dengan sistem pesan antar atau *delivery order*, “aku yakin ini cepat berlalu, jadi *ditelateni* saja”paparnya.

Informan J merupakan informan berjenis kelamin laki-laki yang berusia 29 tahun. Bermula saat ia bekerja di Madiun dan makan di salah satu angkringan yang cukup ramai hingga membuat J termotivasi untuk membuka usaha kuliner di kotanya sendiri yaitu Solo. J membuka usaha kuliner yang diberi nama Kopi Seduhan Jodi yang ia kelola sendiri saat umur 21 tahun dengan alasan ingin mandiri.

J berkata “Pandemi itu jalanan aja sepi mbak, yang kuliah aja tidak ada padahal konsumennya tu mahasiswa mahasiswi mereka pada pulang kampung semua, waduh saya ya gimana ini jualannya”. Meskipun begitu J tetap membuka usahanya seperti biasa karena harus ada pemasukan untuk kehidupan sehari-hari.

Informan F merupakan informan berjenis kelamin laki-laki yang berusia 25 tahun. F memulai bisnis kuliner bersama ayahnya pada umur 20 tahun dan sudah di

berikan amanah untuk *handle* usaha cabang Solo. Bermula dari F yang ingin membantu ayahnya dan mulai belajar cara produksi dan pengemasan yang benar.

F mengatakan bahwa tidak ada penurunan konsumen secara drastis saat covid terjadi pada usaha *Frozen Food* yang ia miliki dan tetap mendapatkan pemasukan dari penjualan secara *online* maupun dari *reseller*. Namun begitu F terpaksa harus menutup sementara usaha bebakaran yang ia miliki dan saat ini hanya berfokus pada *Frozen Food* saja.

Informan RR merupakan informan berjenis kelamin perempuan yang berusia 24 tahun. Informan RR mulai mendirikan usaha kulinernya yaitu cilok KN saat ia berusia 21 tahun dengan alasan ingin mandiri dan tidak ingin bergantung pada orangtua.

Data awal berupa fenomena kepercayaan diri terhadap bisnis kuliner dan penelitian terdahulu terkait dengan dampak pandemi covid-19 dapat disimpulkan bahwa kepercayaan diri remaja jauh lebih tinggi saat terjadi pandemi covid-19 daripada sebelum terjadi pandemi, hal ini dikarenakan remaja dituntut untuk berkreasi dalam mengatur strategi untuk tetap mendapatkan penghasilan saat pandemi, tekad yang jauh lebih kuat serta kerja lebih keras dari biasanya. Dari data diatas dan penelitian terdahulu juga menunjukkan adanya unsur keyakinan bahwa pandemi bisa segera berlalu sehingga hal ini menarik atau penting untuk diteliti bagaimana kepercayaan diri terhadap bisnis kuliner tersebut.

Berdasarkan penjelasan pada latar belakang mengenai kepercayaan diri terhadap bisnis kuliner, maka penulis akan melakukan penelitian skripsi dengan judul : “Kepercayaan Diri Pada Remaja Pelaku Bisnis Kuliner”.

2. METODE

Penggunaan metode dalam penelitian sangatlah penting, penggunaan metode yang tepat menentukan prosedur pengambilan data dan keberhasilan suatu penelitian. Dengan menggunakan metode ilmiah akan didapatkan data yang sesuai dengan tujuan, penjelasan tersebut merupakan pengertian dari metode penelitian (Darmadi, 2013). Pada dasarnya metode penelitian merupakan syarat yang penting dalam melakukan

penelitian karena dari metode tersebut dapat menentukan benar atau salah data yang diperoleh dan kesimpulan dari hasil penelitian (Hadi, 2007).

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Peneliti ingin memahami dan mengetahui bagaimana kepercayaan diri remaja yang berbisnis kuliner. Data yang akan disajikan adalah data wawancara. Data wawancara adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan secara lisan oleh peneliti kepada informan, baik secara langsung atau tatap muka ataupun secara tidak langsung (Idjurnah dan Muh.Surya, 1985). Dengan menggunakan data wawancara akan didapatkan aspek-aspek yang membuat remaja berbisnis kuliner memiliki kepercayaan diri. Pada penelitian ini informan yang digunakan adalah remaja yang memulai bisnis pada usia 17-21 tahun yang menjalankan usaha kuliner di daerah Menco yang berjumlah kurang lebih 6 informan.

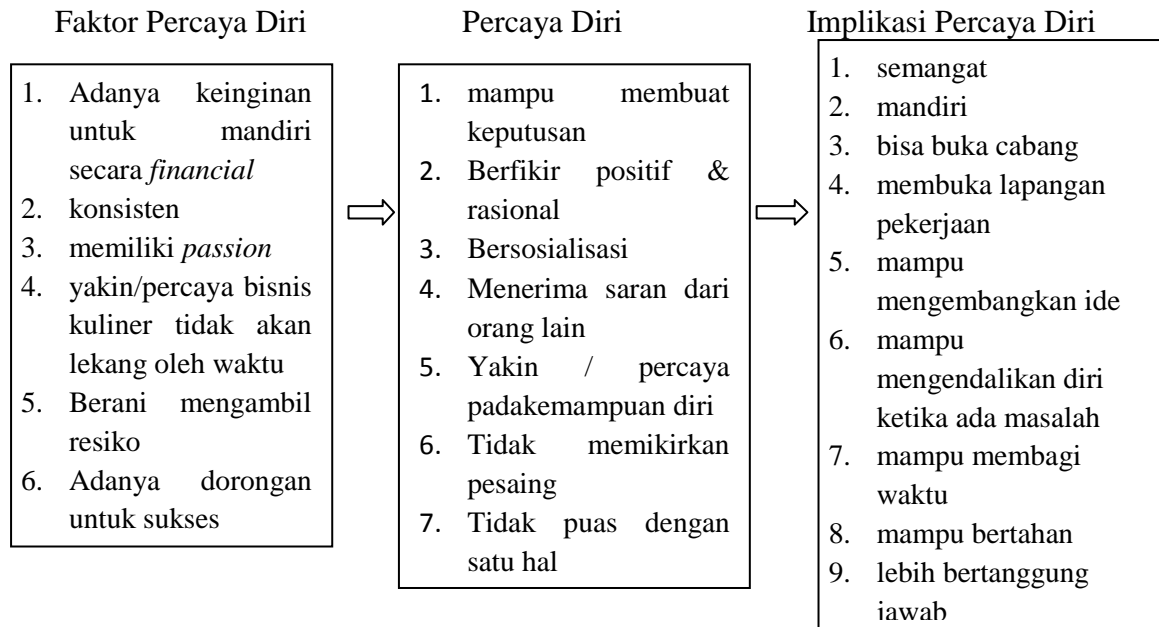
Analisis data pada dasarnya merupakan proses pengorganisasian satu data dengan data yang lainnya sehingga tercipta sinergi data antara temuan di lapangan. Creswell (2015), berdasarkan uraian di atas maka peneliti melakukan analisis data dengan cara :a) Pengorganisasian data; b) Pengkodean data; c) Penentuan tema; d) Pengelompokan dalam kategori; e) Pendeskripsian kategori; f) Pembahasan.

Dalam penelitian ini menggunakan strategi triangulasi dalam mevalidasi keakuratan hasil dan interpretasi. Triangulasi adalah proses menguatkan bukti dari individu yang berbeda. Tipe data yang berbeda atau metode pengumpulan data yang berbeda dalam deskripsi dan tema penelitian kualitatif. Peneliti memeriksa setiap sumber informasi dan menemukan bukti untuk mendukung suatu tema. Hal ini memastikan bahwa penelitian itu akan akurat karena informasinya didasarkan pada banyak sumber informasi, banyak individu, dan banyak proses. Dengan cara ini, peneliti akan terdorong untuk mengembangkan laporan secara akurat dan sekaligus kredibel (Creswell, 2010).

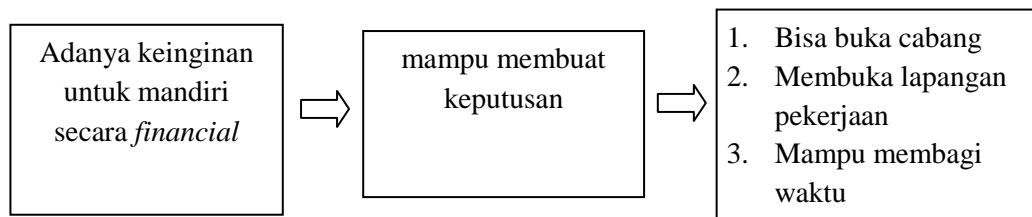
3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk memahami bentuk bagaimana kepercayaan diri pada pelaku bisnis kuliner di Menco dan untuk mengetahui faktor penyebab

kepercayaan diri pelaku bisnis kuliner serta implikasi atau akibat yang diperoleh dari kepercayaan diri tersebut.

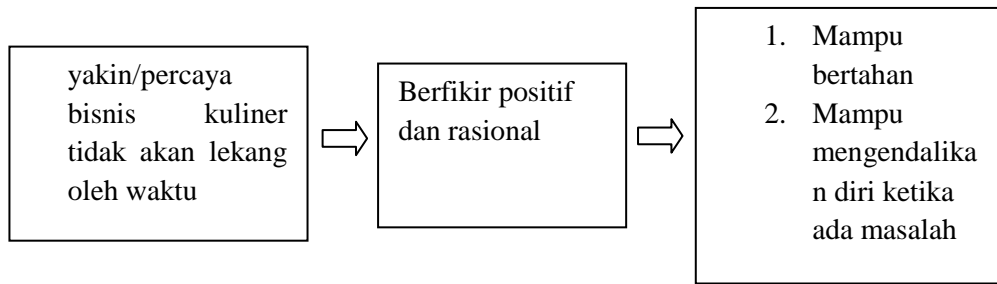


Gambar 1. Kategori



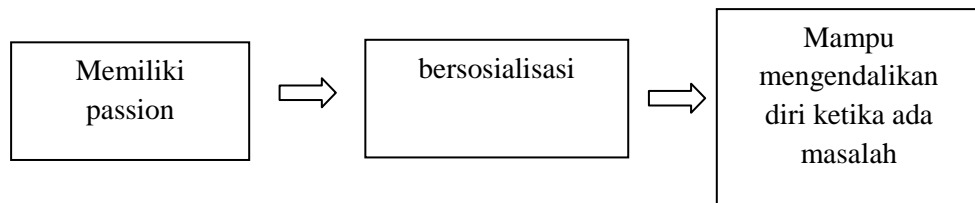
Gambar 2. Mampu membuat keputusan

Mampu membuat keputusan ditunjukkan oleh informan YE, RR dan RNA yang dipengaruhi oleh faktor adanya keinginan untuk mandiri secara *financial* dan berimplikasi pada usaha informan seperti bisa membuka cabang, membuka lapangan pekerjaan dan mampu membagi waktu antara usaha dan pendidikan informan. Hal ini sesuai dengan salah satu aspek menurut Walgito (1986) yaitu seseorang yang memiliki kepercayaan diri mampu secara mandiri mengambil keputusan untuk dirinya dan yakin terhadap keputusannya.



Gambar 3. Berfikir positif dan rasional

Berfikir positif dan rasional ditunjukkan oleh informan YE dan informan I yang dipengaruhi oleh faktor yakin / percaya bisnis kuliner tidak akan lekang oleh waktu hal ini berimbas atau berimplikasi pada informan mampu bertahan dengan usaha yang ia jalani dan mampu mengendalikan diri ketika ada masalah. Hal ini sesuai dengan pernyataan Fatimah (2010) yang menyatakan bahwa kepercayaan diri merupakan sikap positif yang dimiliki suatu individu sebab mampu untuk mengembangkan penilaian positif baik itu untuk dirinya sendiri maupun untuk situasi atau lingkungan yang sedang dihadapinya.



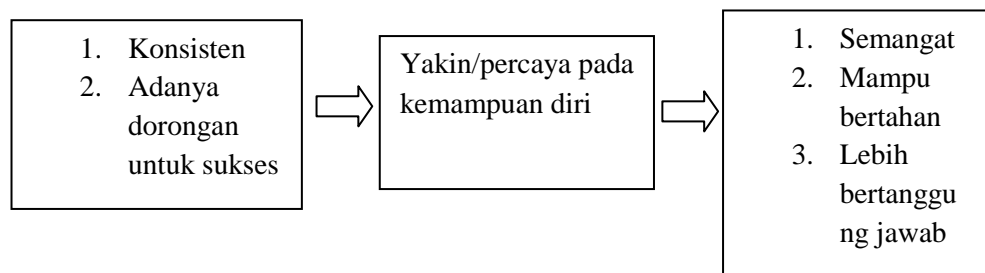
Gambar 4. Bersosialisasi

Bersosialisasi ditunjukkan oleh informan YE, RR, I, J, dan RNA hal ini dipengaruhi oleh faktor adanya passion yang dimiliki oleh informan yang berimplikasi pada kemampuan informan dalam mengendalikan diri ketika ada masalah. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Lauster (2012) *self confidence* atau yang biasa disebut kepercayaan diri merupakan suatu perasaan atau sikap yang dimana memiliki keyakinan yang tinggi atas kemampuan yang dimiliki sehingga individu tersebut tidak merasa cemas dalam setiap tindakan yang diambil dan bebas melakukan hal-hal yang disukai serta bertanggung jawab atas segala perbuatan yang sudah dilakukan, tidak merasa canggung dan sopan dalam berinteraksi dengan orang lain.



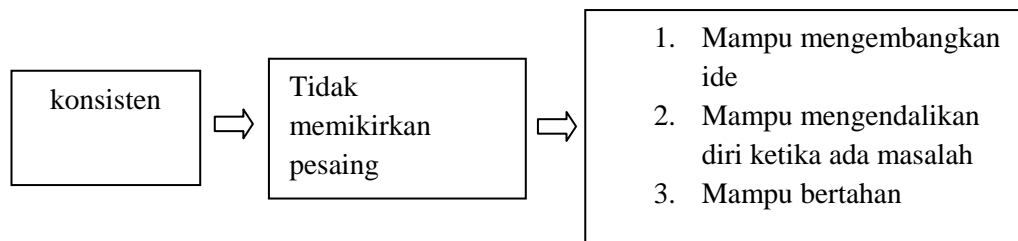
Gambar 5. Menerima saran dari orang lain

Menerima kritik dan saran ditunjukkan oleh informan I, J dan RNA yang dipengaruhi oleh adanya keyakinan bahwa bisnis kuliner tidak akan lekang oleh waktu dan adanya keberanian mengambil resiko dalam membuka usaha, hal ini berimplikasi pada kemampuan informan dalam mengembangkan ide atau inovasi baru. Hal ini sesuai dengan salah satu ciri-ciri individu yang memiliki kepercayaan diri menurut Fatimah (2010) yaitu berani dalam menerima ataupun menghadapi penolakan dari orang lain.



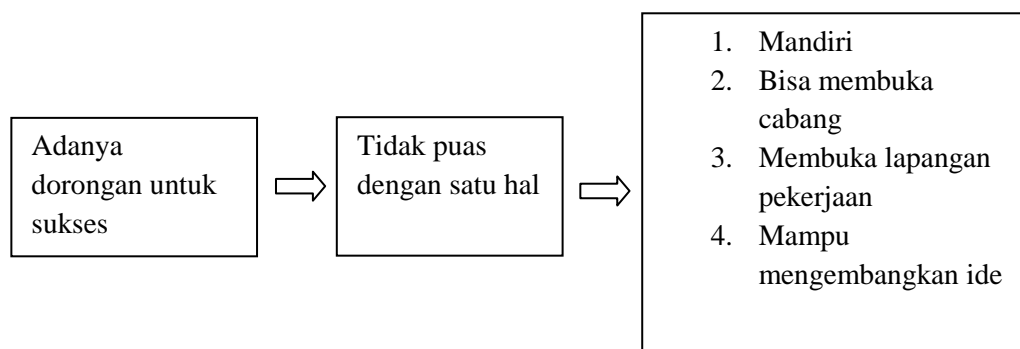
Gambar 6. Yakin/percaya pada kemampuan diri

Yakin atau percaya pada kemampuan diri ditunjukkan oleh informan YE, RR, F, I, J dan RNA hal ini disebabkan oleh faktor adanya konsistensi dan dorongan ingin sukses yang berimplikasi pada rasa semangat, mampu bertahan dengan usaha informan saat ini serta lebih bertanggung jawab. Hal ini sesuai dengan pernyataan Lauster (dalam Hurlock, 1980) yang menyatakan bahwa kepercayaan diri yaitu memiliki perasaan yakin dengan diri sendiri atas kemampuannya dapat untuk menyelesaikan masalahnya dengan tenang dan tidak terlalu cemas dalam melakukan tindakan karena bertanggungjawab setiap perbuatan yang sudah dilakukan, sehingga dapat dengan bebas melakukan hal-hal yang baik dan juga menjadi lebih mudah dalam berinteraksi dengan orang-orang dilingkungan.



Gambar 7. Tidak Memikirkan Pesaing

Tidak memikirkan pesaing ditunjukkan oleh informan RR dan I yang disebabkan oleh adanya faktor konsistensi dan adanya dorongan untuk sukses, hal ini berimbas atau berimplikasi pada kemampuan mengembangkan ide, mampu mengendalikan diri ketika ada masalah serta mampu bertahan meskipun memiliki banyak pesaing. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Lauster (dalam Hurlock, 1980) yang menyatakan bahwa kepercayaan diri yaitu memiliki perasaan yakin dengan diri sendiri atas kemampuannya dapat untuk menyelesaikan masalahnya dengan tenang dan tidak terlalu cemas dalam melakukan tindakan karena bertanggungjawab setiap perbuatan yang sudah dilakukan, sehingga dapat dengan bebas melakukan hal-hal yang baik dan juga menjadi lebih mudah dalam berinteraksi dengan orang-orang dilingkungan.



Gambar 8. Tidak Puas Dengan Satu Hal

Tidak puas dengan satu hal ditunjukkan oleh informan I yang disebabkan oleh faktor adanya dorongan untuk sukses yang berimplikasi pada mandiri, bisa buka cabang, membuka lapangan pekerjaan, mampu mengembangkan ide. Hal ini sesuai dengan pernyataan Bajpai & Sultana (2015) mengenai kepercayaan diri adalah dimana

seseorang memiliki kapasitas sehingga sudah mampu menyelesaikan tugas yang telah diberikan karena memiliki penilaian sendiri pada dirinya.

4. PENUTUP

4.1 Penutup

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan menunjukkan bahwa pelaku bisnis kuliner memiliki tingkat kepercayaan diri yang tinggi hal ini ditunjukkan dengan adanya bentuk bagaimana kepercayaan diri pelaku bisnis kuliner yaitu mampu membuat keputusan, berfikir positif & rasional, bersosialisasi, menerima saran dari orang lain, yakin / percaya padakemampuan diri, tidak memikirkan pesaing dan tidak puas dengan satu hal.

Faktor yang menyebabkan pelaku bisnis kuliner percaya diri dalam menjalankan bisnis kuliner yaitu adanya keinginan untuk mandiri secara *financial*, konsisten, memiliki *passion*, yakin/percaya bisnis kuliner tidak akan lekang oleh waktu, Berani mengambil resiko serta Adanya dorongan untuk sukses.

Adapun implikasi atau akibat yang diperoleh dari kepercayaan diri pelaku bisnis kuliner yaitu semangatmandiri, bisa buka cabang, membuka lapangan pekerjaan, mampu mengembangkan ide, mampu mengendalikan diri ketika ada masalah, mampu membagi waktu, mampu bertahan, lebih bertanggung jawab dalam menjalankan bisnis kuliner.

Pada penelitian ini hanya berfokus pada wilayah Jawa Tengah khususnya daerah Menco sehingga penelitian yang dihasilkan tidak dapat diterapkan di wilayah lain karena perbedaan karakteristik populasi dan hal lain. Dari hasil penelitian yang diperoleh menggunakan metode kualitatif dapat menjadi bahan pertimbangan sebagai data pendukung untuk penelitian lain yang sejenis dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif sehingga dapat melihat dengan jelas adanya keterkaitan variabel serta mendapatkan sumber informasi yang lebih banyak.

4.2 Saran

Bagi pelaku bisnis kuliner untuk tetap memiliki rasa percaya diri dan yakin terhadap diri sendiri dan usaha yang dijalankan. Bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian dengan tema yang serupa, diharapkan dapat lebih mengembangkan dan

menambah variabel yang mungkin dapat mempengaruhi kepercayaan diri serta memperluas wilayah penelitian.

DAFTARPUSTAKA

- A S Hornby. 2006. *Oxford Advanced Learner's Dictionary*, Oxford University Press
- Alma, Buchari. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung. Alfabeta.
- Amir Nasermodeli, Kwek Ling & Farshad Maghnati. 2013. *Evaluating the impact of Customer Experience on Purchasing Intention*, International Journal of Business and Management; V01.8, No. 6.Vol.8, ISSN :1833-3850
- Ari Murdiyanto, Bimbingan dan Konseling. *Peningkatan Minat Wirausaha Melalui Model Sinektik Pada Siswa Kelas Ak2 Di Smk N 1 Windusari Magelang. Universitas Mercu Buana Yogyakarta*
- Azwar, S. 2012. *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta. PustakaPelajar
- Darmadi, Hamid. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan dan Sosial*. Bandung. Alfabeta.
- Fatimah, E. 2010. *Psikologi Perkembangan (Perkembangan Peserta Didik)*. Bandung. Pustaka Setia.
- Hakim, T. 2002. *Mengatasi Rasa Tidak Percaya Diri*. Jakarta: PuspaSwara
- Herdiansyah, Haris.2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta Selatan. Salemba Humanika.
- Joewono, B.N. 2011. Penduduk Indonesia Tambah 3,5Juta Jiwa Per Tahun. Diakses dari <http://regional.kompas.com/read/2011/07/13/2024416/Penduduk.Indonesia.Tambah.3.5.Juta.Jiwa.Per.Tahun.htm> pada 21 November 2013
- Kasmir. 2007. *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta. PT Raja Grafindo Persada
- Khayyirah, Balqis. 2013. *Cara Pintar Berbicara Cerdas di Depan Publik*. Banguntapan Yogyakarta. Diva Press.
- Linan F. 2004. *Intention Based Models of Entrepreneurship Education*. Picolla Impresa Small Business, Iss 3:11-35

- Momoralies, Andre. 2018. *Pengaruh Toleransi Risiko, Kepercayaan Diri, Dan Ketersediaan Modal Terhadap Minat Berwirausaha Orang Muda Katholik Gereja Santa Maria Assumpta Klaten*. Putra Universitas Sanata Dharma Yogyakarta
- Nursito, S., & Nugroho, A. J. 2013. *Analisis pengaruh interaksi pengetahuan kewirausahaan dan efikasi diri terhadap intense kewirausahaan*. Kiat Bisnis
- Perry, M. 2006. *Confidence Boosters, Pendongkrak Kepercayaan Diri*. Alih bahasa :Suharmoko. Jakarta. Erlangga
- Philip Kotler. 2002. *Manajemen Pemasaran, EdisiMillenium, Jilid 2*. Jakarta. PT. Prenhallindo
- Rahmat, H. 2013. *Statistika Penelitian*. Bandung. PustakaSetia
- Rini. 2006. *Mencemaskan Penampilan*. <http://www.e-psikologi.com>. Diakses pada tanggal 31 oktober 2019
- Salirawati, Das. 2012. *Percaya Diri, Keingintahuan, Dan Berjiwa Wirausaha: Tiga Karakter Penting Bagi Peserta Didik*. FMIPA Universitas Negeri Yogyakarta. Jurnal Pendidikan Karakter, Tahun II, Nomor 2, Juni 2012
- Silvianawati, dkk. 2013. *Kematangan Emosi, Percaya Diri, dan Kecemasan Berbicara*. Volume 2, Nomor 01: Persona Jurnal Psikologi.
- Sukandarrumidi. 2006. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta.Pers UGM.
- Suryana.2013. *Kewirausahaan Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta. Salemba Empat
- Yusuf, Ayus Ahmad dan Hamzah, Amir. 2016. *Pengaruh Kepercayaan Diri Dan Semangat Kewirausahaan Terhadap Minat Menjadi Wirausaha*. Al-Amwal, Volume 8, No. 2 Tahun 2016