
**PENGARUH PENGGUNAAN APLIKASI LAYANAN PESAN
ANTAR ONLINE, MEDIA SOSIAL DAN EFIKASI DIRI TERHADAP
KEBERHASILAN USAHA SEBLAK DI KECAMATAN
CIBEUNYING KALER KOTA BANDUNG
(THE EFFECT OF ONLINE DELIVERY SERVICE APPS, SOCIAL MEDIA
AND SELF-EFFICACY ON THE BUSINESS SUCCESS OF SEBLAK IN
BANDUNG CITY AT CIBEUNYING KALER DISTRICT)¹**

Ghina Nurafifah²; Indra Permana³

Abstrak

Kota Bandung dikenal sebagai Kota Kuliner. Kuliner menjadi peluang bisnis yang tidak pernah pudar. Salah satu usaha kuliner yang banyak diminati saat ini yaitu Seblak. Perkembangan usaha Seblak yang terus meningkat karena dipengaruhi beberapa aspek seperti memanfaatkan media sosial, aplikasi pesan antar makanan online untuk operasional, dan adanya ketertarikan dari pelaku usaha untuk terus mengembangkan bisnis Seblak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh (1) Aplikasi Layanan Pesan Antar Online, (2) Media Sosial, dan (3) Efikasi Diri baik secara simultan maupun parsial terhadap Keberhasilan Usaha. Jenis pengambilan sampel secara kuantitatif dan teknik pengambilan sampel yaitu non probability sampling melalui pendekatan purposive sampling dengan jumlah pelaku usaha seblak sebanyak 96 sampel. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu statistik deskriptif, regresi berganda, uji parsial dan simultan dengan bantuan SPSS 26. Hasil penelitian yang dilakukan membuktikan bahwa secara parsial terdapat pengaruh variabel (1) Aplikasi Layanan Pesan Antar Online, (2) variabel Media Sosial, (3) variabel Efikasi terhadap Keberhasilan Usaha dan ketiga variabel berpengaruh secara simultan terhadap Keberhasilan Usaha.

Kata kunci: Aplikasi Layanan Pesan Antar Online, Media Sosial, Efikasi Diri, dan Keberhasilan Usaha

Kode JEL:

.....

Abstract

Bandung is known as a Culinary City, where the culinary business opportunities never fade. One of the currently popular culinary ventures is Seblak. The continuous growth of Seblak businesses is influenced by several factors such as (1) leveraging social media, (2) utilizing online food delivery applications for operations, and (3) the interest of business actors in further developing Seblak businesses. This research aims to determine the influence of Online Food

Delivery Service Apps, Social Media, and Self-Efficacy both simultaneously and partially on Business Success. The sample collection is quantitative, using non-probability sampling with a purposive sampling approach, involving 96 Seblak business operators. The analysis techniques used in this research include descriptive statistics, multiple regression, partial and simultaneous tests with the assistance of SPSS 26. The results of the research prove that partially, the variables of (1) Online Food Delivery Service Apps, (2) Social Media, and (3) Self-Efficacy each have an influence on Business Success, and all three variables simultaneously have an influence on Business Success.

Keywords: Online Delivery Service Apps, Social Media, Self-Efficacy, and Business Success

JEL codes:

.....

PENDAHULUAN

Kota Bandung berada di Provinsi Jawa Barat, dengan populasi 2.461.550 orang, menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS) (BPS - Statistics Indonesia, 2022). Kota Bandung dinobatkan oleh Taste Atlas Awards 2021 sebagai salah satu kota dengan makanan tradisional terbaik di Asia. Hal ini dapat menjadi peluang untuk masyarakat untuk menarik wisatawan berkunjung dan meningkatkan kesejahteraan UMKM, karena kewirausahaan dapat membantu pemerintah mengurangi pengangguran dengan membuka banyak lapangan kerja dan menghindari bergantung pada orang lain untuk mencari pekerjaan (Indra, 2019), khususnya di kecamatan Cibeunying Kaler yang merupakan salah satu kecamatan dengan potensi UMKM yang tinggi.

Jenis UMKM bermacam-macam, mulai dari makanan, pakaian, hingga kerajinan tangan. Banyaknya UMKM makanan di Kecamatan Cibeunying Kaler ditunjukkan dengan tabel di bawah ini:

Tabel 1. Jumlah UMKM makanan di Kecamatan Cibeunying Kaler tahun 2023

Wilayah	Jenis Usaha	Jumlah	Satuan	Tahun
Kecamatan Cibeunying Kaler	Usaha Mikro Kecil Menengah	700	Unit	2023

Sumber : Open Data Bandung

Kemajuan teknologi menghadirkan peluang baru bagi UMKM, salah satunya aplikasi layanan pesan antar *online*, seperti GrabFood dan GoFood yang telah mengubah cara masyarakat dalam memesan dan menikmati makanan. Memberikan kemudahan bagi pelanggan untuk memesan makanan dari berbagai restoran tanpa harus keluar rumah. Menurut penelitian ini, kehadiran Go Food

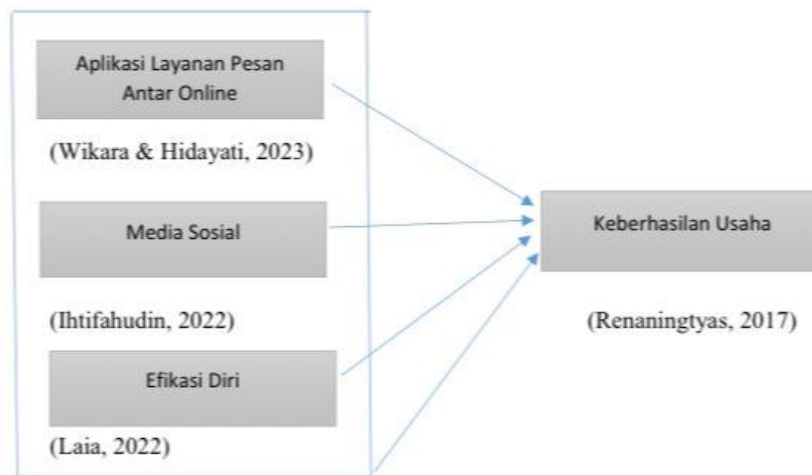
dan Grab Food sangat membantu para pengusaha kuliner dalam bentuk pemasaran dan peningkatan penjualan. Pelaku usaha makanan mengatakan penjualan meningkat sejak bergabung dengan Go Food Service dan Grab Food Service. Media sosial, seperti Instagram dan Facebook, juga menjadi platform yang penting bagi para pengusaha kuliner untuk memasarkan produk mereka dan menjangkau pelanggan baru. Media sosial membangun hubungan baik dengan pelanggan dari media yang ada (hubungan), melakukan komunikasi antara penjual dan pelanggan (komunikasi), dan berinteraksi dengan pelanggan setelah pembelian produk (interaksi pasca pembelian).

Selain teknologi, faktor internal pengusaha, seperti efikasi diri juga memainkan peran penting dalam keberhasilan usaha. Efikasi diri adalah keyakinan individu terhadap kemampuannya untuk menyelesaikan tugas dan mencapai tujuan. Pengusaha dengan efikasi diri yang tinggi lebih termotivasi untuk berusaha dan pantang menyerah dalam menghadapi tantangan. Menurut Kementerian Perdagangan (2023), dari total 65 juta UMKM di Indonesia pada tahun 2023, hanya 22 juta (33,6%) yang sudah melakukan digitalisasi proses bisnisnya. Pasalnya, UMKM menghadapi berbagai tantangan dalam transformasi digital seperti, permasalahan terhadap keuangan, pemasaran, daya saing, dan produktivitas tidak menutup kemungkinan bahwa hal-hal tersebut merupakan faktor penghambat dalam keberhasilan usaha.

Ketiga elemen ini saling memperkuat satu sama lain dalam mendukung keberhasilan usaha. Media sosial dan aplikasi layanan menyediakan alat dan platform yang dapat digunakan oleh pengusaha untuk meningkatkan efisiensi operasional dan jangkauan pasar. Di sisi lain, efikasi diri yang tinggi mendorong pengusaha untuk memanfaatkan alat-alat tersebut secara optimal dan terus beradaptasi dengan perubahan teknologi dan pasar. Integrasi yang efektif dari media sosial, aplikasi layanan, dan efikasi diri dapat memberikan keunggulan kompetitif yang signifikan bagi bisnis dalam dunia usaha modern.

METODOLOGI

Peneliti mempelajari faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan investasi. Untuk memulai suatu penelitian, peneliti menyelidiki teori mengenai variabel yang akan digunakan. Teori-teori tersebut berasal dari buku, penelitian terdahulu, dan sumber lainnya. Berdasarkan teori-teori tersebut, peneliti dapat menyimpulkan bahwa penerapan aplikasi layanan pesan antar online, efikasi diri, dan media sosial berpengaruh terhadap keberhasilan usaha. Hubungan antar variabel tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:



Sumber : Data diolah oleh peneliti 2024

Gambar 2. Model Penelitian

Sesuai dengan model penelitian yang telah di uraikan di atas, maka hipotesis yang diajukan pada penelitian ini adalah :

H1 : Terdapat pengaruh Aplikasi Layanan Pesan Antar Online terhadap Keberhasilan Usaha Seblak di Kecamatan Cibeunying Kaler Kota Bandung

H2 : Terdapat pengaruh Media Sosial terhadap Keberhasilan Usaha Seblak di Kecamatan Cibeunying Kaler Kota Bandung

H3 : Terdapat pengaruh Efikasi Diri terhadap Keberhasilan Usaha Seblak di Kecamatan Cibeunying Kaler Kota Bandung

H4 : Terdapat pengaruh Aplikasi Layanan Pesan Antar Online, Media Sosial dan Efikasi diri secara stimultan terhadap Keberhasilan Usaha Seblak di Kecamatan Cibeunying Kaler Kota Bandung

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Pengumpulan data melibatkan penggunaan alat penelitian dan analisis data kuantitatif dan statistik untuk menguji hipotesis tertentu. Deskriptif berarti data atau sampel yang dikumpulkan digunakan apa adanya, tanpa melakukan analisis apa pun atau menarik kesimpulan yang berlaku umum, untuk membantu mendeskripsikan atau memberikan gambaran tentang objek yang diteliti.

Penelitian ini dilakukan secara langsung di Kecamatan Cibeunying Kaler Kota Bandung. Dengan melakukan observasi dan penyebaran kuisioner terhadap pelaku usaha di bidang usaha makanan Seblak yang menggunakan media sosial dan aplikasi layanan pesan antar online di beberapa wilayah di Kecamatan Cibeunying Kaler Kota Bandung. Waktu penelitian akan dilaksanakan selama 6 bulan, dimulai dari bulan Januari 2024 sampai dengan bulan Juni 2024 dengan pembagian waktu sebagai berikut :

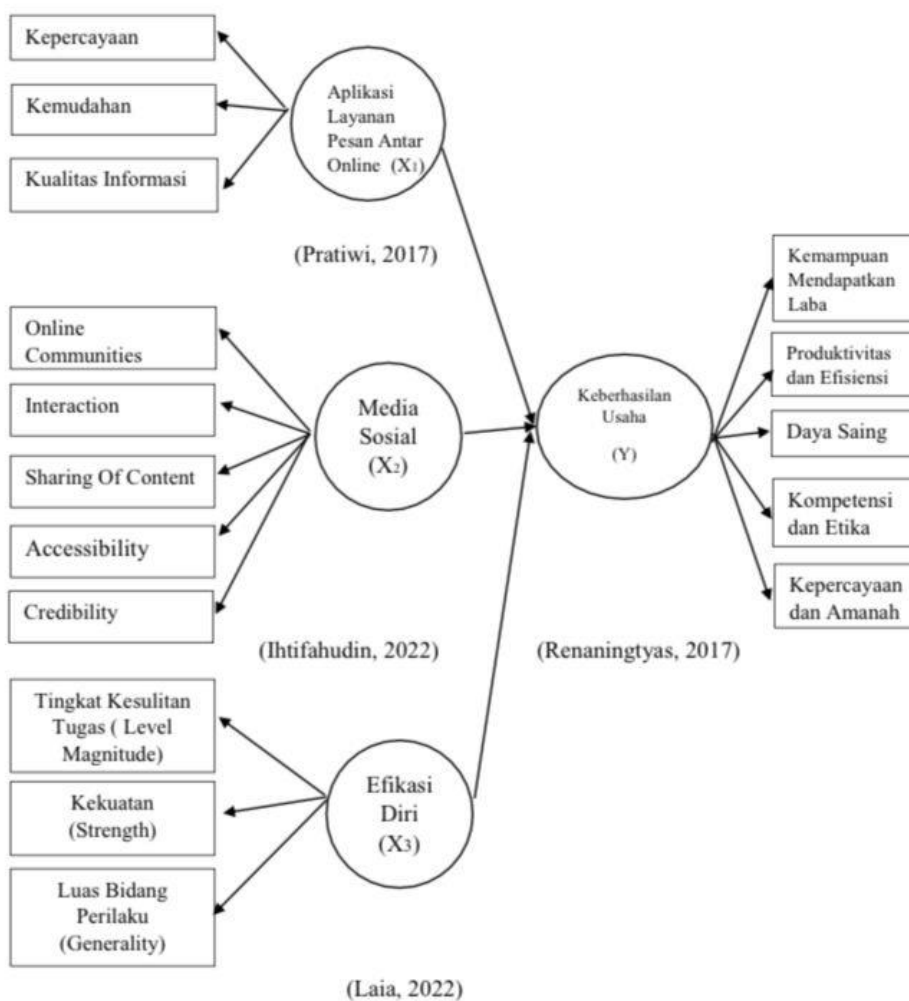
Tabel 2. Jadwal Kegiatan

Waktu	Kegiatan
Bulan Januari	Pengajuan judul
Bulan Februari – Maret	Proses pembuatan Bab 1-3
Bulan April – Mei	Penyebaran kuisioner dan olah data
Bulan Mei – Juni	Proses pembuatan Bab 4-5
Bulan Juli	Sidang Akhir

Sumber : Data diolah oleh peneliti 2024

Desain penelitian sangatlah penting. Penelitian harus direncanakan dan dirancang sebelum dimulai agar sistematis dan tidak menyimpang dari tema pokok pembahasan. Jika rencana tidak dibuat, penulis mungkin akan kesulitan mengembangkannya.

Berdasarkan pendekatan penelitian yang digunakan maka desain penelitian dapat digambarkan sebagai model konstelasi penelitian sebagai berikut:



Sumber : Data diolah oleh peneliti 2024
 Gambar 2. Desain Penelitian

Definisi operasional variabel penelitian ini akan dijelaskan pada tabel berikut :

Tabel 2. Definisi Operational Variabel

Uraian Variable	Indikator	Penjelasan Indikator
X1 : Aplikasi Layanan Pesan Antar Online (Pratiwi, 2017)	Kepercayaan	Rasa percaya dan tanggung jawab yang mendasari kesediaan kita untuk menyikapi secara hati-hati tindakan orang yang kita percaya.
	Kemudahan	Pengguna merasa teknologi atau sistem mudah digunakan dan tidak mengalami masalah. Mudah dipahami dan dipahami oleh pelanggan.
	Kualitas Informasi	Informasi yang ditampilkan pada toko/platform online harus relevan dan berguna dalam memprediksi kualitas dan kegunaan suatu barang dan jasa. Untuk memenuhi kebutuhan pembeli, informasi tentang produk dan layanan harus terkini, konsisten, dan mudah dipahami.
X2 : Media Sosial (Ihtifahudin, 2022)	<i>Online Communities</i>	Penggunaan media sosial untuk membangun hubungan dengan komunitas
	<i>Interaction</i>	Menambah atau mengundang orang lain melalui media sosial menciptakan interaksi di mana dapat

		berkomunikasi satu sama lain.
	<i>Sharing of Content</i>	Media untuk berbagi informasi dan menerima konten juga menggunakan media sosial
	<i>Accessibility</i>	Media sosial mudah dan murah untuk diakses, dan tidak diperlukan keahlian khusus untuk mengaksesnya. Melihat Bagaimana cara perusahaan dapat membangun hubungan
	<i>Credibility</i>	Bagaimana perusahaan menciptakan hubungan emosional dengan pelanggan dengan memberikan informasi yang jelas.
X3 : Efikasi Diri (Laia, 2022)	Tingkat Kesulitan Tugas <i>(level magnitude)</i>	Tingkat kesulitan suatu tugas menunjukkan betapa sulitnya seseorang menyelesaikan suatu tugas karena adanya perbedaan kemampuan individu dalam menangani situasi atau tugas tertentu.
	Kekuatan <i>(Strength)</i>	Kekuatan merupakan aspek yang berkaitan dengan seberapa kuat keyakinan seseorang terhadap kemampuannya.
	Luas Bidang Perlakuan <i>(Generality)</i>	Luas bidang perilaku adalah keyakinan individu terhadap kemampuannya dalam melakukan tugas dalam berbagai situasi dan tugas.

Y : Keberhasilan Usaha (Renaningtyas, 2017)	Kemampuan Memperoleh Laba	Laba merupakan tujuan seorang pengusaha, sehingga suatu perusahaan dianggap berhasil apabila menghasilkan keuntungan.
	Produktivitas dan Efisiensi	Produktivitas adalah istilah yang digunakan untuk mengukur kapasitas produktif suatu perusahaan atau suatu faktor produksi. Efisiensi adalah istilah yang mengukur kemampuan pengelolaan aset produksi
	Daya Saing	Keunggulan Kompetitif adalah kemampuan atau kekuatan bersaing untuk mendapatkan perhatian dan loyalitas konsumen.
	Kompetensi dan Etika Bisnis	Kompetensi adalah suatu keterampilan atau kemampuan yang lebih unggul dari pesaing di mata konsumen, atau suatu kemampuan unggul dalam menghasilkan barang atau jasa yang memuaskan konsumen atau pemangku kepentingan. Etika bisnis mengacu pada perilaku dalam berbisnis dan dapat dirumuskan dalam arti luas sebagai perilaku bisnis yang tidak merugikan kepentingan orang lain, baik individu, kelompok, maupun masyarakat secara keseluruhan.

	Kepercayaan dan Amanah	Jika suatu perusahaan dapat menunjukkan kompetensi dan etika dalam kegiatan usahanya, maka akan tercipta landasan kepercayaan pemangku kepentingan terhadap perusahaan. Kepercayaan terdiri dari dua komponen: kepercayaan internal dan kepercayaan eksternal.
--	------------------------	--

Sumber : Data diolah oleh peneliti 2024

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah non-probability sampling dengan menggunakan teknik purposive sampling. Perhitungan pada penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow, tingkat signifikansi atau tingkat kesalahan yang digunakan adalah 0,1 atau 10 % dan tingkat kepercayaan 90%. (Nursalam, 2016). Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan metode Lemeshow jumlah sampel yang diambil yaitu 96 orang. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode survey yaitu melakukan penyebaran kuesioner terhadap responden yaitu pelaku usaha seblak di Kecamatan Cibeunying Kaler yang mempunyai aplikasi layanan pesan antar online dan media sosial.

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif menggunakan alat analisis SPSS 26, meliputi beberapa pengujian yaitu: Uji Statistik Deskriptif, Uji Instrumen (Uji Validitas dan Uji Reliabilitas), Uji Asumsi Klasik, Uji Regresi Linier Berganda, Uji Koefisien Determinasi, dan Uji Hipotesis (Uji Parsial dan Uji Simultan).

HASIL

Hasil dalam penelitian ini diperoleh melalui survey dengan menyebarkan kuesioner secara langsung kepada responden. Penelitian ini menguraikan mengenai Pengaruh Aplikasi Layanan Pesan Antar Online, Media Sosial, dan Efikasi Diri terhadap Keberhasilan Usaha Seblak di Kecamatan Cibeunying Kaler Kota Bandung. Berikut data penyebaran kuesioner dapat dilihat pada tabel dibawah ini

Tabel 3. Data Penyebaran Kuesioner

KETERANGAN	TOTAL
Kuesioner yang disebar	96
Kuesioner yang kembali	96
Kuesioner yang valid	96
Tingkat kuesioner yang diolah	100%

Sumber : Data diolah oleh peneliti 2024

Berdasarkan tabel dapat dilihat bahwa jumlah kuesioner yang disebar dan yang kembali sama. Hal ini menunjukkan bahwa jumlah responden yang diolah sebanyak 100% . Responden dalam penelitian ini adalah pelaku usaha dari makanan seblak yang berada di Kecamatan Cibeunying Kaler Kota Bandung.

Uji Statistik Deskriptif

Deskripsi tanggapan responden digunakan untuk melihat bagaimana responden menyikapi variabel-variabel seperti aplikasi layanan pesan antar online, media sosial, efikasi diri, dan keberhasilan usaha. Hasil deskriptif tanggapan responden ini akan dibandingkan dengan rentang skala untuk melihat tingkatan respon dari tiap masing-masing kuesioner. Adapun hasil deskripsi jawaban responden sebagai berikut :

Tabel 3. Data Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Apk Layanan Pesan (X1)	96	22	43	38.87	2.715
Media Sosial (X2)	96	56	72	64.42	3.451
Efikasi Diri (X3)	96	34	45	38.88	2.390
Keberhasilan Usaha (Y)	96	60	78	68.94	4.410
Valid N (listwise)	96				

Sumber : Data diolah oleh peneliti 2024

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa rata-rata responden menjawab pertanyaan variabel aplikasi layanan pesan antar online adalah sebesar 38.87. Dengan rentang skala 22-43 dengan interpretasi bahwa jawaban responden terhadap pengaruh aplikasi layanan pesan antar online terhadap keberhasilan usaha cukup tinggi karena diatas batas minimum dan mendekati batas maksimum.

Variabel media sosial sebesar 64.42. Dengan rentang skala 56-72 dengan interpretasi bahwa jawaban responden terhadap pengaruh media sosial terhadap keberhasilan usaha cukup tinggi karena diatas batas minimum mendekati batas maksimum.

Variabel efikasi diri sebesar 38.88. Dengan rentang skala 34-45 dengan interpretasi bahwa jawaban responden terhadap pengaruh efikasi diri terhadap keberhasilan usaha cukup tinggi karena diatas batas minimum mendekati batas maksimum.

Variabel keberhasilan usaha sebesar 68.94. Dengan rentang skala 60-78 dengan interpretasi bahwa jawaban responden terhadap pengaruh keberhasilan terhadap variabel aplikasi layanan pesan antar online, media sosial, efikasi diri cukup tinggi karena diatas batas minimum mendekati batas maksimum.

Uji Validitas

Keputusan mengetahui atau tidaknya butir instrument. Jika pada tingkat signifikan 5% nilai r hitung $>$ r tabel maka dapat disimpulkan bahwa instrument tersebut valid, maka dalam penelitian ini $n = 96$ dan $\alpha = 0.05$, maka r tabel = 0,1689. Pengujian validitas ini diukur dengan mengkorelasikan skor yang diperoleh pada masing-masing item pernyataan dengan skor total dari penjumlahan semua skor.

Berdasarkan tabel uji validitas yang dihasilkan dengan menggunakan SPSS versi 26 dapat disimpulkan seluruh item pernyataan dinyatakan valid sehingga dapat dipergunakan untuk penelitian. Variabel aplikasi layanan pesan antar online (X1), media sosial (X2), efikasi diri (X3), dan keberhasilan usaha (Y) mempunyai nilai r hitung $>$ r tabel (0,1689).

Uji Reliabilitas

Teknik yang digunakan untuk mengukur tingkat reliabel adalah *Cronbach's Alpha* dengan cara membandingkan nilai Alpha dengan standarnya dengan ketentuan :

1. Nilai Cronbach alpha antara 0,00 s.d 0,20 berarti kurang reliabel.
2. Nilai Cronbach's alpha 0,21 s.d 0,40 berarti agak reliabel.
3. Nilai Cronbach's alpha 0,41 s.d 0,60 berarti cukup reliabel.
4. Nilai Cronbach's alpha sebesar 0,61 s.d 0,80 berarti reliabel.
5. Nilai Cronbach's alpha sebesar 0,81 s.d.1,00 berarti sangat reliabel.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variable	Cronbach's Alpha	Batas Normal	Reliabilitas
X1	0.660	0.6	Reliabel
X2	0.673	0.6	Reliabel
X3	0.608	0.6	Reliabel
Y	0.813	0.6	Reliabel

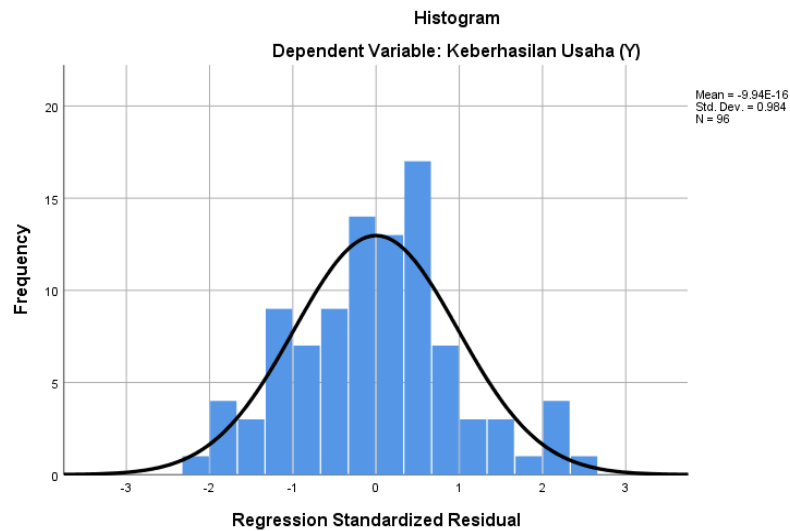
Sumber : Data diolah oleh peneliti 2024

Berdasarkan tabel uji reliabilitas diatas dapat diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* variabel Aplikasi Layanan Pesan Antar Online (X1) sebesar 0.660, variabel Media Sosial (X2) sebesar 0.673, variabel Efikasi Diri sebesar 0.608, dan variabel Keberhasilan Usaha (Y) sebesar 0.813. Hal ini menunjukkan bahwa semua variabel yang sudah diuji lebih besar dari nilai *Cronbach's Alpha* $>$ 0.60. Maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi yang normal atau tidak. Berikut adalah hasil dari uji normalitas :

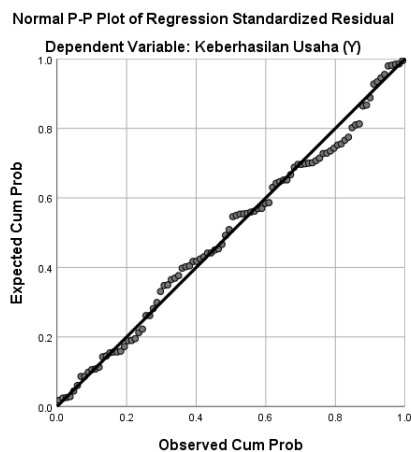
- a. Analisis grafik dengan melihat apakah histogram yang membandingkan antara dua data observasi dengan distribusi normal. Hasil analisa dapat dilihat dari grafik berikut :



Sumber : Data diolah oleh peneliti 2024
 Gambar 3. Grafik Histogram

Berdasarkan gambar grafik histogram diatas membentuk pola gunung sehingga dapat dikatakan normal dalam distribusinya.

- b. Metode normal probability plot yang membandingkan antara distribusi komulatif dan distribusi normal. Dalam distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal dan plotting data residual akan dibandingkan atau beriringan dengan garis diagonal tersebut. Hasil analisis dapat dilihat pada grafik berikut :



Sumber : Data diolah oleh peneliti 2024
 Gambar 3. Grafik P-Plot

Berdasarkan gambar grafik p-p plot normalitas diatas, hasil dari uji normalitas grafik P-P Plot menunjukkan data atau titik plot mengikuti garis diagonal atau sekitar garis diagonal dan dapat dikatakan bahwa data yang digunakan penelitian ini berdistribusi normal.

- c. Kolmogorov-Smirnov untuk menentukan adalah ketika tingkat sig > 0.05 yang berarti nilai residualnya terdistribusi normal dan memenuhi uji

asumsi klasik dan dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan Ha diterima. Dimana pada uji ini dihitung dengan menggunakan software SPSS 26. Hasil analisis dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.53678986
Most Extreme Differences	Absolute	.065
	Positive	.065
	Negative	-.047
Test Statistic		.065
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : Data diolah oleh peneliti 2024

Berdasarkan tabel Kolmogorov-Smirnov dapat diketahui nilai signifikan $0.200 > 0.05$ maka dapat dikatakan bahwa nilai residual berdistribusi secara normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan cara uji yang digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas dengan melihat besarnya nilai *Tolerance* dan *VIF* (*Variance Inflation Factor*). Masing-masing variabel independen, untuk menentukannya adalah jika nilai *Tolerance* >0.10 dan nilai *VIF* <10.00 maka tidak terjadi multikolinearitas.

Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-2.662	5.295		-.503	.616		
	Apk Layanan Pesan (X1)	.246	.119	.151	2.071	.041	.673	1.486
	Media Sosial (X2)	.703	.119	.550	5.891	.000	.413	2.424
	Efikasi Diri (X3)	.431	.150	.234	2.877	.005	.546	1.833

a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha (Y)

Sumber : Data diolah oleh peneliti 2024

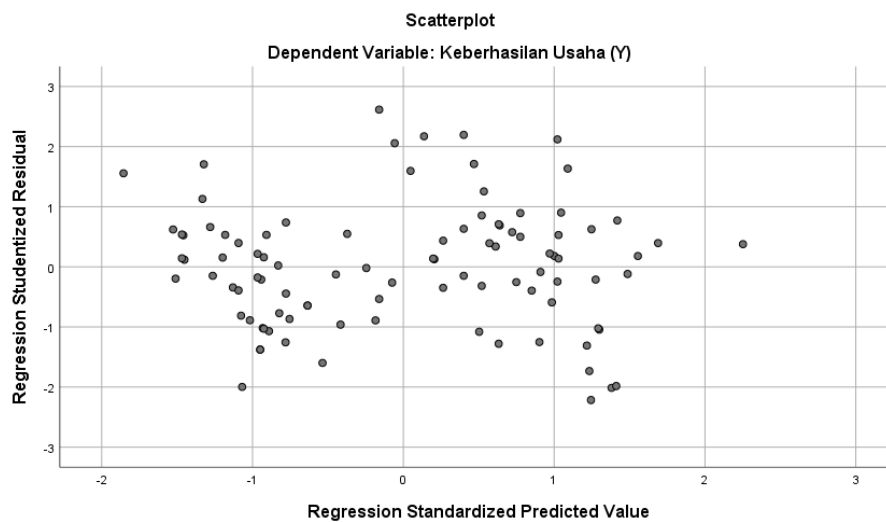
Berdasarkan tabel hasil uji multikolinearitas diatas diketahui bahwa nilai *Tolerance* variabel Aplikasi Layanan Pesan Antar Online (X₁) sebesar 0.673, variabel Media Sosial (X₂) sebesar 0.413, variabel Efikasi Diri (X₃) sebesar 0.546, maka ketiga variabel tersebut lebih besar dari nilai *Tolerance* >0.10 . Diketahui juga bahwa nilai *VIF* (*Variance Inflation Factor*) variable Aplikasi Layanan Pesan Antar Online (X₁) sebesar 1.486, variabel Media Sosial (X₂) sebesar 2.424,

variabel Efikasi Diri (X_3) sebesar 1.833 maka ketiga variabel tersebut lebih besar dari nilai $VIF < 10.00$. Hal ini dapat menunjukkan bahwa ketiga variabel independen tersebut tidak terjadi multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah didalam model regresi terjadi ketidak samaan variance dan residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Kebanyakan data crossection mengandung situasi karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran.

a. Untuk mengetahui apakah terjadi heteroskedastisitas adalah dengan cara melihat grafik plot antara nilai prediksi ZPRED atau variabel dependen dengan residual SRESID. Apabila tidak terjadi heteroskedastisitas manakala tidak ada pola yang jelas dan titik-titik menyebar di bawah dan diatas angka 0 pada sumbu. Hasil Uji Heteroskedastisitas dapat dilihat pada grafik berikut ini :



Sumber : Data diolah oleh peneliti 2024
Gambar Grafik Scatterplot Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar grafik scatterplot Uji Heteroskedastisitas diatas menunjukkan bahwa titik-titik tidak memiliki pola yang jelas dan menyebar secara acak diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini menunjukkan bahwa data didalam penelitian ini adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Uji Analisis Regresi Linier ini bertujuan untuk memperoleh gambaran yang menyeluruh mengenai hubungan antara variabel independen dan variabel dependen untuk kinerja pada masing-masing variabel baik secara parsial maupun secara simultan. Analisis regresi linier berganda untuk mencari pengaruh antara variabel Aplikasi Layanan Pesan Antar Online (X_1), variabel Media Sosial (X_2), variabel Efikasi Diri (X_3), dan variabel Keberhasilan Usaha (Y). Hasil Uji Regresi Linear Berganda dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2.662	5.295		-0.503	0.616
	Apk Layanan Pesan (X1)	0.246	0.119	0.151	2.071	0.041
	Media Sosial (X2)	0.703	0.119	0.550	5.891	0.000
	Efikasi Diri (X3)	0.431	0.150	0.234	2.877	0.005
a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha (Y)						

Sumber : Data diolah oleh peneliti 2024

Berdasarkan tabel hasil uji regresi linear berganda menunjukkan data dan diperoleh persamaan berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

$$Y = 2.662 + 0.246 + 0.703 + 0.431$$

Interpretasi dari persamaan regresi tersebut adalah sebagai berikut :

a= konstanta sebesar 2.662 yang dapat diartikan jika variabel Aplikasi Layanan Pesan Antar Online (X₁), variabel Media Sosial (X₂), variabel Efikasi Diri (X₃), nilainya 0 maka variabel Keberhasilan Usaha (Y) memiliki nilai 2.662.

b₁ = koefisien regresi variabel Aplikasi Layanan Pesan Antar Online (X₁) sebesar 0.246 yang artinya jika variabel independen lainnya tetap dan jika variabel (X₁) mengalami kenaikan 1% maka variabel dependen (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0.246 %. Maka dapat dikatakan variabel Aplikasi Layanan Pesan Antar Online (X₁) memiliki pengaruh positif terhadap keberhasilan usaha (Y)

b₂ = koefisien regresi variable Media Sosial (X₂) sebesar 0.703 yang artinya jika variabel independen lainnya tetap dan jika variabel (X₂) mengalami kenaikan 1% maka variabel dependen (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0.703 %. Maka dapat dikatakan variabel Media Sosial (X₂) memiliki pengaruh positif terhadap keberhasilan usaha (Y)

b₃ = koefisien regresi variable Efikasi Diri (X₃) sebesar 0.431 yang artinya jika variabel independen lainnya tetap dan jika variabel (X₃) mengalami kenaikan 1% maka variabel dependen (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0.431%. Maka dapat dikatakan variabel Efikasi Diri (X₃) memiliki pengaruh positif terhadap keberhasilan usaha (Y)

Uji Koefisien Determinasi

Hasil Uji Koefisien Determinasi dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.818 ^a	.669	.658	2.578

a. Predictors: (Constant), Efikasi Diri (X₃), Apk Layanan Pesan (X₁), Media Sosial (X₂)

b. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha (Y)

Sumber : Data diolah oleh peneliti 2024

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan kekuatan korelasi dan sumbangan efektif seluruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil uji koefisien determinasi (R²) bahwa R sebesar 0.818 yaitu memiliki kekuatan korelasi kuat, dan Adjusted R Square sebesar 0,658 atau 65,8% dengan distribusi variabel independen Aplikasi Layanan Pesan Antar Online (X₁), Media Sosial (X₂), Efikasi Diri (X₃) dalam menjelaskan variabel dependen Keberhasilan Usaha (Y) yaitu sebesar 65,8 % namun untuk 34,2% dapat diperoleh dari model-model yang belum termasuk pada sampel yang telah diteliti.

Uji Hipotesis

Untuk menguji hipotesis yaitu pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat, maka dilakukan uji $t =$ taraf signifikansi dua arah pada derajat 0.05. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan sesuai dengan hipotesis penelitian.

Uji Parsial (Uji T)

Uji T merupakan pengujian untuk menunjukkan pengaruh satu variabel independen yang ada didalam model secara dependen. Jika nilai signifikan lebih kecil dari 0.05 ($\text{sig} < 0.05$) maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Jika pada tingkat signifikansi ditentukan sebesar 5% maka dalam penelitian ini untuk mengetahui nilai t tabel maka digunakan rumus degree of freedom ($df = n - k - 1$). Maka $df = 96$ dan $\alpha = 0.05$, maka t hitung = 1.6611. Kriteria pengambilan keputusan yang digunakan dalam pengujian ini adalah sebagai berikut :

- Apabila nilai t hitung $> t$ tabel maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- Apabila nilai t hitung $< t$ tabel maka H_0 diterima dan H_a ditolak
- Jika nilai $\text{sig.}(2\text{-tailed}) > 0.05 =$ tidak ada pengaruh (H_0 diterima dan H_a ditolak)
- Jika nilai $\text{sig.}(2\text{-tailed}) < 0.05 =$ tidak ada pengaruh (H_0 ditolak dan H_a diterima)

Hasil Uji T dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 3. Hasil Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2.662	5.295		-0.503	0.616
	Apk Layanan Pesan (X1)	0.246	0.119	0.151	2.071	0.041
	Media Sosial (X2)	0.703	0.119	0.550	5.891	0.000
	Efikasi Diri (X3)	0.431	0.150	0.234	2.877	0.005
a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha (Y)						

Sumber : Data diolah oleh peneliti 2024

Berdasarkan tabel hasil uji t dapat diketahui bahwa nilai t hitung variabel Aplikasi Layanan Pesan Antar Online (X1) lebih besar dari t tabel yaitu $2.071 > 1.1661$ dengan nilai sig. (2-tailed) < 0.05 yaitu 0.041 , variabel Media Sosial (X2) lebih besar dari t tabel yaitu $5.891 > 1.1661$ dengan nilai nilai sig. (2-tailed) < 0.05 yaitu 0.000 , variabel Efikasi Diri (X3) lebih besar dari t tabel yaitu $2.877 > 1.1661$ dengan nilai nilai sig. (2-tailed) < 0.05 yaitu 0.005 .

Maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Hipotesis H_1 yang merupakan variabel Aplikasi Layanan Pesan Antar Online (X₁) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha (Y).
2. Hipotesis H_2 yang merupakan variabel Media Sosial (X₂) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha (Y).
3. Hipotesis H_3 yang merupakan variabel Efikasi Diri (X₃) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha (Y).

Uji F

Uji F menunjukkan apakah semua variabel bebas (independen) yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat (dependen). Pada tabel "ANOVA" skor Sig. menyatakan ada atau tidaknya pengaruh seluruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan. Berdasarkan tabel distribusi F pada tingkat signifikansi 0.05 nilai F tabel untuk $df_1 = 2$ dan $df_2 = 93$ adalah 3.15

Kriteria pengambilan keputusan yang digunakan dalam pengujian ini adalah sebagai berikut :

- Jika nilai F hitung $>$ nilai F tabel, maka tolak H_0 dan terima H_a .
- Jika nilai F hitung \leq nilai F tabel, maka gagal tolak H_0 .
- Jika nilai sig.(2-tailed) $>$ 0.05 = tidak ada pengaruh simultan (H_0 diterima dan H_a ditolak)
- Jika nilai sig.(2-tailed) $<$ 0.05 = ada pengaruh simultan (H_0 ditolak dan H_a diterima)

Hasil Uji F dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 3. Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1236.271	3	412.090	62.014	.000 ^b
	Residual	611.354	92	6.645		
	Total	1847.625	95			

a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha (Y)

b. Predictors: (Constant), Efikasi Diri (X3), Apk Layanan Pesan (X1), Media Sosial (X2)

Sumber : Data diolah oleh peneliti 2024

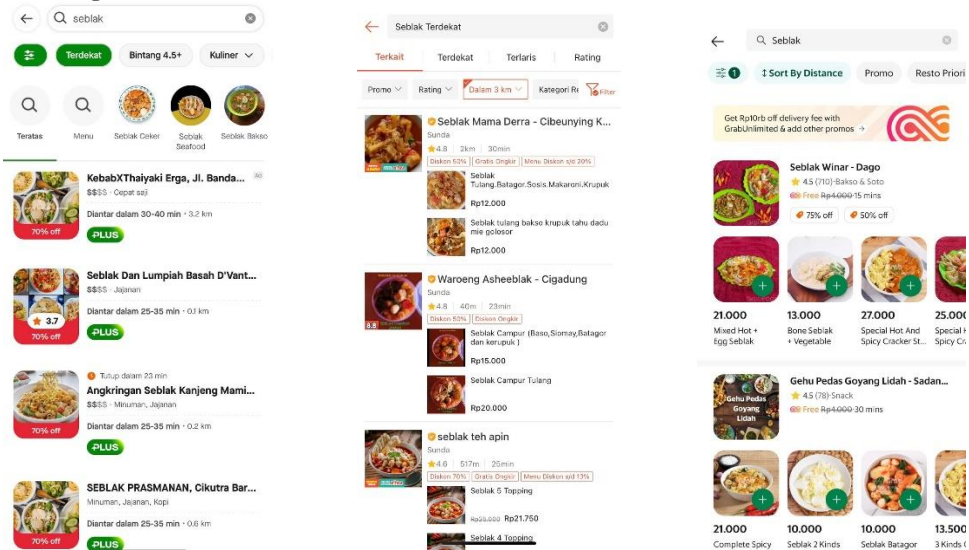
Berdasarkan tabel diketahui nilai signifikansi sebesar $<0,000 < 0,05$ dan F hitung $62.014 >$ F tabel 3.15. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_4 diterima, artinya secara bersama-sama (simultan) terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel Aplikasi Layanan Pesan Antar Online, Media Sosial, dan Efikasi Diri terhadap Keberhasilan Usaha.

PEMBAHASAN

Pengukuran variabel penelitian dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang dikembangkan dari setiap indikator masing-masing variabel. Pada penelitian ini hasil uji validitas terhadap masing-masing variabel independen yaitu Aplikasi Layanan Pesan Antar Online (X_1), Media Sosial (X_2), Efikasi Diri (X_3) dan Keberhasilan Usaha (Y) ditemukan bahwa semua item telah valid pada setiap variabelnya. Pada pengujian reliabilitas ditemukan seluruh butir pernyataan dinyatakan valid pada setiap variabel penelitian dan telah dibuktikan reabilitasnya. Karena kuesioner telah valid dan reliabel maka kuesioner merupakan alat untuk mengukur masing-masing variabel penelitian.

Kuesioner yang disebarkan kepada 96 responden menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria pelaku usaha seblak yang memiliki aplikasi layanan pesan antar online seperti Grabfood, Gofood, dan Shopeefood melalui data yang didapat dari platform tersebut yaitu sebanyak 62 pelaku usaha seblak yang telah menjalin kemitraan dengan GrabFood, 28 pelaku usaha seblak yang telah menjalin kemitraan dengan GoFood, dan 110 pelaku usaha seblak yang

telah menjalin kemitraan dengan ShopeeFood di Kecamatan Cibeunying Kaler Kota Bandung.



Sumber : Data diolah oleh peneliti 2024
Gambar Platform Aplikasi Layanan Pesanan Online

Analisis deskriptif terhadap variabel penelitian menghasilkan temuan yang relative baik pada semua variabel penelitian yaitu variabel independen Aplikasi Layanan Pesanan Antar Online (X_1), Media Sosial (X_2), Efikasi Diri (X_3) dan Keberhasilan Usaha (Y). Responden memberikan persepsi yang baik sehingga dari hasil uji analisis menunjukkan bahwa pada uji normalitas menunjukkan distribusi normal, pada uji multikolinearitas tidak memiliki kendala atau tidak ditemukannya masalah multikolinearitas, pada uji heteroskedastisitas juga menunjukkan hasil yang baik karena pada penyebaran titik-titik tersebar diatas dan dibawah sumbu Y . Saat dilakukan penelitian secara parsial berdasarkan perhitungan uji t parsial yang dilakukan dengan SPSS 26, yaitu :

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai t hitung variabel Aplikasi Layanan Pesanan Antar Online (X_1) lebih besar dari t tabel yaitu $2.071 > 1.1661$ dengan nilai signifikan dibawah 0.05 yaitu 0.041 . Maka penelitian ini membuktikan hipotesis pertama (H_1) yang menyatakan bahwa Aplikasi Layanan Pesanan Antar Online (X_1) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha (Y). Sejalan dengan hasil penelitian (Wahyuni S, 2020) yang berjudul Analisis Dampak Keberadaan Go Food dan Grab Food Terhadap Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner (Studi Kasus: Pelaku Usaha Kuliner di Kelurahan Sei Kera Hilir II Kecamatan Medan Perjuangan Kota Medan) dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa keberadaan Go Food dan Grab Food sangat membantu pengusaha kuliner dalam bentuk pemasaran dan meningkatkan penjualan. Para pelaku bisnis kuliner menyatakan bahwa ada peningkatan dalam penjualan setelah bergabung dengan layanan Go Food dan Grab Food.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai t hitung variabel Media Sosial (X_2) lebih besar dari t tabel yaitu $5.891 > 1.1661$ dengan nilai signifikan dibawah

0.05 yaitu 0.000. Maka penelitian ini membuktikan hipotesis pertama (H_2) yang menyatakan bahwa Media Sosial (X_2) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha (Y). Sejalan dengan hasil penelitian (Budi Dharma et al., 2022) menunjukkan bahwa media sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan keberhasilan usaha pedagang kuliner di Kecamatan Medan Johor baik secara parsial maupun secara simultan. Sedangkan berbanding terbalik dengan hasil penelitian (Nur et al., 2023) ini menemukan adanya pengaruh yang negatif dan tidak signifikan media sosial terhadap keberhasilan usaha.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai t hitung variabel Efikasi Diri (X_3) lebih besar dari t tabel yaitu $2.877 > 1.1661$ dengan nilai signifikan dibawah 0.05 yaitu 0.005. Maka penelitian ini membuktikan hipotesis pertama (H_3) yang menyatakan bahwa Efikasi Diri (X_3) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha (Y).

Hasil pada perhitungan uji F simultan diketahui bahwa nilai F hitung lebih besar dari F tabel yaitu F hitung $62.014 > F$ tabel 3.15 dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_4 diterima, artinya secara bersama-sama (simultan) dari ketiga variabel independen yaitu Aplikasi Layanan Pesan Antar Online, Media Sosial, dan Efikasi Diri terhadap variabel dependen yaitu Keberhasilan Usaha.

KESIMPULAN

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui Pengaruh Penggunaan Aplikasi Layanan Pesan Antar Online, Media Sosial, dan Efikasi Diri terhadap Keberhasilan Usaha Seblak di Kecamatan Cibeunying Kaler Kota Bandung. Analisa dibantu dengan menggunakan software SPSS 26 untuk menguji pengaruh antar variabel. Mengacu pada rumusan masalah yang telah dirumuskan sebelumnya, dari analisis dan uji hipotesis yang telah dilakukan menyatakan kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian secara parsial variabel Aplikasi Layanan Pesan Antar Online berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha Seblak di Kecamatan Cibeunying Kaler Kota Bandung. Hal ini berarti penggunaan Aplikasi Layanan Pesan Antar Online membantu dalam proses pendistribusian produk yang bertujuan untuk menjangkau pelanggan yang lebih luas.
2. Hasil penelitian secara parsial variabel Media Sosial berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha Seblak di Kecamatan Cibeunying Kaler Kota Bandung. Hal ini berarti penggunaan Media Sosial membantu dalam promosi dan pemasaran produk yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan dan profit dan meningkatkan daya saing usaha seblak di Kecamatan Cibeunying Kaler Kota Bandung.
3. Hasil penelitian secara parsial variabel Efikasi Diri berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha Seblak di Kecamatan Cibeunying Kaler Kota Bandung. Hal ini berarti pelaku usaha perlu memahami bahwa efikasi diri merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi keberhasilan usaha dan adanya Efikasi Diri dalam seorang pelaku usaha

membantu meningkatkan kepercayaan diri untuk menjalankan dan mengembangkan usaha seblak di Kecamatan Cibeunying Kaler Kota Bandung. 4. Hasil penelitian pada uji F simultan dapat disimpulkan bahwa H4 diterima, artinya secara bersama-sama (simultan) dari ketiga variabel independen yaitu Aplikasi Layanan Pesan Antar Online, Media Sosial, dan Efikasi Diri terhadap variabel dependen yaitu Keberhasilan Usaha. Hal ini berarti ketiga indikator berpengaruh dan saling berikatan terhadap keberhasilan usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, T., Gerhana, W., & , S. (2020). *The Effect of Locus of Control, Learning, and Adversity Quotient towards Micro Business Success (Study on Entrepreneurship under Foster Group of the Banjarmasin Regional Government)*. *Journal of Wetlands Environmental Management*, 8(1), 21. <https://doi.org/10.20527/jwem.v8i1.215>
- Aini, N., & Widyafendhi. (2019). Pengaruh Efikasi Diri dan Motivasi Terhadap Keberhasilan Usaha. *Jurnal Ilmu Manajemen Indonesia*, 2(2), 184–195.
- Alhuda et al. (2022). *Pemanfaatan Media Sosial Dan Efikasi Diri Terhadap Keberhasilan Wirausaha Dengan Inovasi Sebagai Variabel Mediasi Pada Pelaku UMKM*. *Journal of Economic, Management ...*, 5(2), 179–187. <https://ojs.unsiq.ac.id/index.php/jematech/article/view/2544%0Ahttps://ojs.unsiq.ac.id/index.php/jematech/article/download/2544/1893>
- Ardiyanti, D. A., & Mora, Z. (2019). *PENGARUH MINAT USAHA DAN MOTIVASI USAHA TERHADAP KEBERHASILAN USAHA WIRAUSAHA MUDA DI KOTA LANGSA*. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2). <https://doi.org/10.33059/jseb.v10i02.1413>
- Arlista, I. A. A. N., & Utama, M. S. (2022). *Pengaruh Modal, Jam Kerja, Dan Penggunaan Ojek Online Terhadap Pendapatan Usaha Bidang Kuliner Di Kota Denpasar*. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 13(10), 1206. <https://doi.org/10.24843/eeb.2022.v11.i10.p05>
- Budi Dharma, Lia Purnama Sari, & Zahrina Ghaisany Pulungan. (2022). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Keberhasilan Usaha*. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 1(4), 216–225. <https://doi.org/10.55606/jekombis.v1i4.942>
- Collison, J. (2020). *The Impact of Online Food Delivery Services on Restaurant Sales*. *Department of Economics, Stanford University*, 1–41. <https://web.stanford.edu/~leinav/teaching/Collison.pdf>
- Firdaus, H., & Mulyono, J. (2023). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Varian Produk, Pelayanan, Promosi Dan Interior Cafe Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Sawerandah Lippo Cikarang Bekasi*. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 76–100.
- Ghozali, I. (2018). Ghozali 2018. In *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Halimah, S., & Laily, N. (2018). *Pengaruh Efikasi Diri, Motivasi Dan Kemandirian Terhadap Keberhasilan Usaha Wanita*. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 8, 1–18.
- Husna, S. (2021). *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha*. 1–83.

- Ihtifahudin, A. N. (2022). *Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Social Media Marketing Pada Sanggar Seni Pelangi Entertainment*. *IKONIK : Jurnal Seni Dan Desain*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.51804/ijsd.v4i1.1597>
- Indra, P. (2019). *Kecenderungan Minat Usaha Online Di Masa Pandemi Covid-19 Pada Karyawan Swasta*. *Tjyybjb.Ac.Cn*, 3(2), 58–66. <http://www.tjyybjb.ac.cn/CN/article/downloadArticleFile.do?attachType=PDF&id=9987>
- Institute for Development of Economics and Finance (INDEF). (2024). *Peran Platform Digital Terhadap Pengembangan Umkm Di Indonesia*. 10–40.
- Irwanto, A., & Ie, M. (2023). *Pengaruh Efikasi Diri, Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi Kewirausahaan terhadap Keberhasilan Usaha UMKM F&B di Jakarta Barat*. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 5(1), 259–267. <https://doi.org/10.24912/jmk.v5i1.22674>
- Italiani, L., Meiriana, M. A., & Suwena, K. R. (2019). *Pengaruh kemampuan, keberanian, keteguhan hati dan kreativitas terhadap kesuksesan wirausahawan di Singaraja*. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 11(2), 656–666.
- KEPUSTAKAAN, D. (2014). Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, Bandung: Alfabeta, 2013. *Jurnal JPM IAIN Antasari Vol.*
- Kosasih, K. (2019). *Analisis Tentang Pengaruh Pelatihan dan Keterampilan Terhadap Keberhasilan Usaha Mitra Binaan PT Karya Masyarakat Mandiri Dompot Dhuafa Republika*. *Jurnal Soshum Insentif*. <https://doi.org/10.36787/jsi.v2i1.55>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education limited. (15th global ed.). *In Small Business Marketing*.
- Kotler dan Amstrong (dalam Goenadhi, 2011:157). (2013). Kotler dan Amstrong (dalam Goenadhi, 2011:157). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9).
- Laia, S. (2022). *Pengaruh Efikasi Diri dan Motivasi Terhadap Kinerja Usaha di Teluk Dalam (Studi pada Pelaku Usaha ONLINESHOP di Kelurahan Pasar Teluk Dalam)*. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan*, 5, 67–79.
- Leunupun, S. (2014). *INSIDEN PENDERITA HIV/AIDS DENGAN KOMPLIKASI INTRAKRANIAL YANG DIRAWAT OLEH BAGIAN NEUROLOGI DI RSUP PROF. DR. R. D. KANDOU MANADO PERIODE JULI 2011 - JUNI 2012*. *E-Clinic*, 2(1). <https://doi.org/10.35790/ecl.2.1.2014.3739>
- Maryadi, T. (2021). *Pengaruh Efikasi Diri Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Pada Program Mahasiswa Wirausaha (PMW) Universitas Jambi)*. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 9(4), 214–228. www.bps.go.id
- Nandi. (2019). *The Influence of Online Transportation Application to the Mobility and Economic of the Society (Case Study on Using Grab and Go-Jek in Bandung, Indonesia)*. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 286(1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/286/1/012034>

- Nur, S. W., Hermawan, H., & Winahyu, P. (2023). *Pengaruh Media Sosial Sebagai Digital Marketing Terhadap Penguatan Brand Awareness Pada Umkm Salad Alvi*. *Growth*, 21(1), 112. <https://doi.org/10.36841/growth-journal.v21i1.2817>
- Patarru', F., Nursalam, N., & Mar'ah HAS, E. M. (2020). *Efektivitas Kepemimpinan Transformasional Terhadap Peningkatan Kinerja Perawat*. *Jurnal Penelitian Kesehatan "SUARA FORIKES" (Journal of Health Research "Forikes Voice")*, 11(4). <https://doi.org/10.33846/sf11411>
- Patel. (2019). *Teori Efikasi Diri*. *Perpustakaan Universitas Islam Riau*, 9–25.
- Pratiwi, A. S. (2017). *ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI APLIKASI GRABFOOD (STUDY PADA KONSUMEN GRABFOOD DI KEBUMEN)* Ari Setiyaning Pratiwi *Manajemen STIE Putra Bangsa Email : arisetiyaningp@gmail.com Abstrak KAJIAN TEORI Keputusan Pembelian Kepercayaan*. 1–7.
- Renaningtyas, W. (2017). *Pengaruh Efikasi Diri dan Kemandirian Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Anggota Komunitas*. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 5(4), 462–471. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v5i4.4462>
- Rizky, F. A., Sentosa, E., & Nursina, N. (2022). *Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Kualitas Produk, Dan Keterampilan Wirausaha Terhadap Keberhasilan Pedagang Cabai PD Jaya Pasar Induk Kramatjati Jakarta Timur*. *IKRAITH-EKONOMIKA*, 6(2). <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v6i2.2350>
- Sekaran, uma & bougie, R. (2013). *Uma Sekaran*. In *Research methods for busines* (Vol. 53, Issue 9).
- Siagian, D., & Sugiarto. (2000). *Metode Statistika Untuk Ekonomi dan Bisnis*. In *Gramedia* (Vol. 1, Issue 20).
- Sitinjak, I. (2019). *The Effect of Entrepreneurial Self-efficacy and Entrepreneurial Competence on The Entrepreneurial Entry Decision and The Success of Start-up MSMEs in Medan City*. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 8(3), 204. <https://doi.org/10.26418/jebik.v8i3.35670>
- Stajkovic, A. D., & Luthans, F. (1998). *Self-Efficacy and Work-Related Performance: A Meta-Analysis*. *Psychological Bulletin*, 124(2), 240–261. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.124.2.240>
- Sugiyono. (2011). *Sugiyono. 2011. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. Bandung:Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Sugiyono 2018:8 metode kuantitatif*. *Sugiyono, 2018:267*, 53(9).
- Sugiyono, P. D. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* Sugiyono. 2017. "Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D." *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Dan R&D.
- Toolib, S. N., Hanafi, W. N. W., Mohamad, M., & Dzurkarnain, N. L. N. M. (2023). *Impact*

of Social Media Usage on Organisation Performance: Lesson From Covid-19 Pandemic. Proceedings of the International Symposium & Exhibition on Business and Accounting 2022 (ISEBA 2022), 28 September 2022, Malaysia, 1, 638–647.
<https://doi.org/10.15405/epfe.23081.57>

Wahyuni S. (2020). *Analisis dampak keberadaan gofood dan grabfood terhadap peningkatan penjualan usaha kuliner. Analisis Dampak Keberadaan Go Food Dan Grab Food Terhadap Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner*, 1–98.

Wikara, B. P. S., & Hidayati, U. (2023). *Motif dan Pola Penggunaan Aplikasi Layanan Pesan Antar Makanan di Kalangan Mahasiswa Di Yogyakarta. Lektur, Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 1–11.
<https://journal.student.uny.ac.id/index.php/ilkom/article/view/19244>

Winarti, C. (2021). *Pemanfaatan Sosial Media oleh UMKM Dalam Memasarkan Produk di Masa Pandemi Covid-19. Prosiding Seminar Nasional Bisnis Seri Ke-4*, 1(1).

YOSEPHA, S. Y. (2021). *Determinan Penggunaan Media Sosial, Kreativitas dan Pelatihan Terhadap Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Coffee shop di Kota Bekasi. Jurnal Manajemen*, 11(2), 165–181.
<https://doi.org/10.30656/jm.v11i2.3878>

Yuliara, I. M. (2016). *Modul Regresi Linier Berganda. Universitas Udayana*, 2(2), 18.