

**Pengaruh Keterampilan Kewirausahaan Dan Saluran Distribusi
Terhadap Minat Beli Susu Kambing Etawa Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Islam Malang Angkatan 2021**

Revi Moury Putri Sujarwo^{*)}

M. Agus Salim^{)}**

Ety Saraswati^{*)}**

Email : revimouryputrisujarwo@gmail.com

Universitas Islam Malang

Abstract

The purpose of this study was to determine and analyze the influence of entrepreneurial skills and distribution channels simultaneously on the interest in buying Etawa goat's milk among students of the Faculty of Economics and Business, Islamic University of Malang, Class of 2021. The population in the study were students of the Faculty of Economics and Business, Islamic University of Malang, Class of 2021 who had an interest in buying Etawa goat's milk whose number was not known for certain. The approach method used a non-probability sampling technique, namely purposive sampling, which is a sample collection technique based on certain criteria using a questionnaire distributed to 72 respondents and using the SPSS analysis tool. The results of the study showed that entrepreneurial skills and distribution channels simultaneously influenced the interest in buying Etawa goat's milk among students of the Faculty of Economics and Business, Islamic University of Malang, Class of 2021. Partially, entrepreneurial skills and distribution channels influenced the interest in buying Etawa goat's milk among students of the Faculty of Economics and Business, Islamic University of Malang, Class of 2021.

Keywords: *Entrepreneurial Skills, Distribution Channels, And Buying Interest*

Pendahuluan

Saat ini banyak sekali bermunculan usaha-usaha kecil yang kreatif dengan menyediakan berbagai produk-produk hasil kreatifitasnya yang inovatif. Usaha olahan produk susu kambing merupakan salah satu usaha yang masuk dalam kategori UMKM yang dapat di jadikan sebagai pendorong perekonomian bagi setiap keluarga. Produk susu kambing merupakan susu yang dihasilkan dari perahan susu murni dari induk kambing yang cukup bermanfaat bagi manusia. Keistimewaan susu kambing adalah pada komposisi gizinya mendekati komposisi ASI (air susu ibu) baik dari segi protein, energi, maupun lemak.

Minat Beli adalah niat yang muncul dalam diri seseorang sebelum melakukan pembelian terhadap suatu produk atau jasa yang dipertimbangkan terlebih dahulu sebelum proses pembelian berlangsung (Bakti dkk, 2020). Salah satu faktor penting yang dapat mempengaruhi minat beli adalah keterampilan kewirausahaan. Keterampilan wirausaha menjadi pondasi utama dalam mengelola dan mengembangkan bisnis. Mahasiswa sebagai konsumen potensial cenderung memilih produk yang dapat memberikan manfaat kesehatan atau yang memiliki ciri khas tertentu, yang sering kali didorong oleh kewirausahaan yang inovatif dalam memasarkan produk.

Selain keterampilan kewirausahaan, saluran distribusi juga dapat mempengaruhi minat beli. Saluran distribusi adalah perantara-perantara, para pembeli dan penjual yang dilalui oleh perpindahan barang baik fisik maupun perpindahan milik sejak dari produsen hingga ke tangan konsumen.

Keterampilan kewirausahaan yang baik dapat membantu produsen dalam merancang strategi bisnis yang efektif, baik dalam hal pemasaran, manajemen keuangan, serta pengembangan produk. Di sisi lain, saluran distribusi yang efektif juga memainkan peran penting dalam memperkenalkan produk kepada konsumen dan menjangkau pasar yang lebih luas. Hal ini akan berdampak pada minat beli konsumen, khususnya mahasiswa yang menjadi salah satu segmen pasar potensial. Berdasarkan dari latar belakang yang telah dipaparkan di atas, peneliti ingin mengetahui seberapa besar pengaruh keterampilan kewirausahaan dan saluran distribusi sehingga konsumen berminat untuk membeli produk di susu kambing etawa. Oleh karena itu, peneliti ingin melakukan sebuah penelitian mengenai hal tersebut yang mana penelitiannya berjudul **“Pengaruh Keterampilan Kewirausahaan dan Saluran Distribusi Terhadap Minat Beli Susu Kambing Etawa Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang Angkatan 2021”**.

Landasan Teori dan Pengembangan Hipotesis Minat Beli

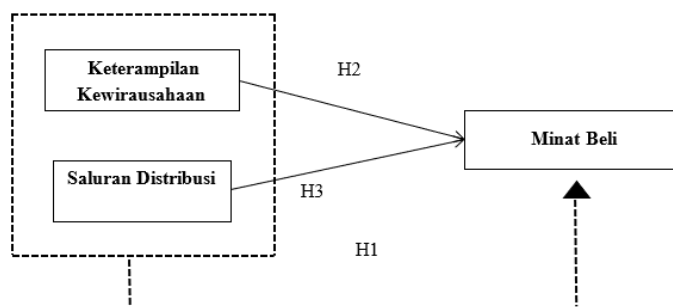
Menurut Setyaningtyas (2022) minat pembelian merupakan pemusatan perhatian terhadap sesuatu yang disertai dengan perasaan senang terhadap barang tersebut, kemudian minat individu tersebut menimbulkan keinginan sehingga timbul perasaan yang meyakinkan bahwa barang tersebut mempunyai manfaat sehingga individu ingin memiliki barang tersebut dengan cara membayar atau menukar dengan uang.

Keterampilan Kewirausahaan

Ryan (2024) mengartikan keterampilan wirausaha sebagai keberhasilan seseorang wirausaha dalam mengimplementasikan kompetensi yang dimilikinya dengan baik, secara ilmu pengetahuan yang diimplementasikan secara tepat, dan kualitas individu dalam melaksanakan kegiatan berwirausaha.

Saluran Distribusi

Menurut Sunyoto (2012), saluran distribusi adalah perantara perantara, para pembeli dan penjual yang dilalui oleh perpindahan barang baik fisik maupun perpindahan milik sejak dari produsen hingga ketangan konsumen.



Gambar 1. Model Penelitian

Hipotesis Penelitian

- H1 : Keterampilan kewirausahaan dan saluran distribusi secara simultan berpengaruh terhadap minat beli
- H2 : Keterampilan kewirausahaan berpengaruh terhadap minat beli
- H3 : Saluran distribusi berpengaruh terhadap minat beli

Metode Penelitian

Jenis penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan mendapatkan data melalui penyebaran kuesioner. Lokasi penelitian dilakukan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang. Penelitian ini dilakukan pada bulan Februari 2025 sampai selesai.

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang Angkatan 2021 yang memiliki minat membeli susu kambing etawa yang tidak diketahui jumlahnya secara pasti. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Untuk mengetahui ukuran besaran sampel yang akan dianalisis, peneliti menggunakan rumus Malhotra dengan perhitungan jumlah sampel yang diperlukan adalah $12 \times 6 = 72$ responden.

Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Uji Instrumen

Uji Validitas

Tabel 1. Uji Validitas

Variabel	Koefisien KMO	Nilai KMO	Keterangan
Minat Beli	0,634	0,50	Valid
Keterampilan Kewirausahaan	0,728	0,50	Valid
Saluran Distribusi	0,709	0,50	Valid

Sumber: Data diolah SPSS 2025

Berdasarkan data pada tabel dengan 90 responden dapat diketahui bahwa hasil koefisien KMO dari variabel minat beli, keterampilan kewirausahaan, dan saluran distribusi masing-masing variabel memperoleh nilai KMO hitung $> 0,50$, hal ini menyatakan bahwa kuesioner yang didapatkan adalah valid dan dapat digunakan untuk penelitian.

Uji Reliabilitas

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's alpha	Batas Reliabel	Keterangan
Minat Beli	0,620	0,60	Reliabel
Keterampilan Kewirausahaan	0,715	0,60	Reliabel
Saluran Distribusi	0,779	0,60	Reliabel

Sumber: Data diolah SPSS 2025

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa pada pengujian reliabilitas dilakukan berdasarkan item pernyataan pada setiap variabel yang dapat dilihat hasilnya adalah nilai *Cronbach's Alpha* $>$ batas reliabel sebesar 0,6 maka item pernyataan dalam penelitian ini dapat dikatakan reliabel.

Uji Normalitas

Tabel 3. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		72
Normal Parameters ^{a,b}	0,0000000	0,0000000
	1,17845868	1,44249743
Most Extreme Differences	0,084	0,054
	0,084	0,054
	-0,081	-0,050
Test Statistic		0,084
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

Sumber: Data diolah SPSS 2025

Berdasarkan tabel hasil uji *Kolmogorov-Smirnov* (Asymp. Sig (2-tailed) memberikan nilai Sig. sebesar $0,200 > 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh data variabel berdistribusi normal.

Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinearitas

Tabel 4. Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Keterampilan Kewirausahaan	0,543	1,840	Tidak terjadi multikolinearitas
Saluran Distribusi	0,543	1,840	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber: Data diolah SPSS 2025

Berdasarkan hasil tabel menunjukkan bahwa variabel keterampilan kewirausahaan dan saluran distribusi memiliki nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 dan VIF memiliki nilai lebih kecil dari 10, maka dapat dikatakan data pada penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5. Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.	Keterangan
Keterampilan Kewirausahaan	0,284	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Saluran Distribusi	0,805	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: Data diolah SPSS 2025

Berdasarkan tabel menunjukkan bahwa pengujian heteroskedastisitas ini menggunakan metode uji Glesjer yang nilainya dilihat dari sig. Pada variabel keterampilan kewirausahaan dan saluran distribusi memiliki nilai sig lebih besar dari 0,05 atau 5%, maka dapat dikatakan data tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 6. Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
		B	Std. Error	Beta	T Sig.
1	(Constant)	3,493	1,184		2,949 0,004
	Keterampilan Kewirausahaan	0,335	0,093	0,368	3,597 0,001
	Saluran Distribusi	0,414	0,088	0,483	4,719 0,000

a. Dependent Variable: Minat Beli

Sumber: Data diolah SPSS 2025

$$Y = 3.493 + 0,335 X_1 + 0,414 X_2 + e$$

Berdasarkan persamaan model regresi tersebut, maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- Konstanta (a) sebesar 3.493 artinya bahwa ketika skor variabel keterampilan kewirausahaan dan saluran distribusi dianggap tidak ada atau sama dengan nol, maka nilai minat beli adalah 3.493.
- Koefisien regresi variabel keterampilan kewirausahaan (β_1) sebesar 0,335 artinya bahwa ketika keterampilan kewirausahaan meningkat maka minat beli akan meningkat. Sebaliknya, ketika keterampilan kewirausahaan menurun maka minat beli akan menurun.
- Koefisien regresi variabel saluran distribusi (β_2) sebesar 0,414 artinya bahwa ketika saluran distribusi meningkat maka minat beli akan meningkat. Sebaliknya, ketika saluran distribusi menurun maka minat beli akan menurun.

Uji Hipotesis

Uji F

Tabel 7. Uji F

ANOVA ^a					
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F Sig.
1	Regression	152,898	2	76,449	53,497 ,000 ^b
	Residual	98,602	69	1,429	
	Total	251,500	71		

Sumber: Data diolah SPSS 2025

Uji F (simultan) bertujuan untuk mengetahui sejauh mana variabel bebas (X) yang digunakan dalam penelitian ini memiliki pengaruh terhadap variabel terikat (Y). Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu keterampilan kewirausahaan dan saluran distribusi secara simultan terhadap variabel terikat yaitu minat beli, dan apakah model tersebut sesuai atau tidak. Hasil dari uji F (Simultan) yang didapat dalam penelitian ini adalah berdasarkan tabel didapat nilai Sig. 0.000 lebih kecil daripada 0,05 (5%) maka dapat diartikan bahwa variabel keterampilan kewirausahaan dan saluran distribusi berpengaruh secara simultan terhadap variabel minat beli.

Uji t

Tabel 8. Uji t

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
		B	Std. Error	Beta	T
1	(Constant)	3,493	1,184		2,949
	Keterampilan Kewirausahaan	0,335	0,093	0,368	3,597
	Saluran Distribusi	0,414	0,088	0,483	4,719

a. Dependent Variable: Minat Beli

Sumber: Data diolah SPSS 2025

Berdasarkan hasil uji t yang sudah didapatkan dapat dihasilkan keterangan sebagai berikut:

- Hasil uji t variabel keterampilan kewirausahaan (X1) didapatkan sebesar 3.597 dengan tingkat signifikan $0,001 < 0,05$ yang dimana hal ini menunjukkan bahwa keterampilan kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap minat beli.
- Hasil uji t variabel saluran distribusi (X2) didapatkan sebesar 4,719 dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ yang dimana hal ini menunjukkan bahwa saluran distribusi berpengaruh signifikan terhadap minat beli.

Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

Tabel 9. Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,780 ^a	0,608	0,597	1,19542

a. Predictors: (Constant), Saluran Distribusi, Keterampilan Kewirausahaan

b. Dependent Variable: Minat Beli

Sumber: Data diolah SPSS 2025

Berdasarkan pada tabel dapat diketahui bahwa nilai R^2 pada penelitian ini sebesar 0,597 (59,7%), maka dapat diinterpretasikan bahwa kemampuan variabel keterampilan kewirausahaan dan saluran distribusi menerangkan variasi variabel minat beli sebesar 59,7% dan sisanya diterangkan oleh variabel independen lain yang tidak ada dalam penelitian ini sebesar 40,3%.

Implikasi Hasil Penelitian

Pengaruh Keterampilan Kewirausahaan dan Saluran distribusi Terhadap Minat Beli

Dari hasil penelitian diketahui bahwa variabel keterampilan kewirausahaan dan saluran distribusi berpengaruh secara simultan terhadap minat beli. Rata-rata tertinggi pada Y adalah (Y1.4) dengan pernyataan “Saya selalu mencari informasi terbaru tentang manfaat susu kambing Etawa agar dapat memahami lebih dalam tentang produk ini”, dan terendah adalah (Y1.3) dengan pernyataan “Saya lebih memilih susu kambing Etawa dibandingkan dengan merek susu lainnya karena manfaatnya yang saya rasakan sangat baik”. Dari data tersebut dapat diketahui bahwa responden rata-rata menjawab setuju. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lubis (2018) dan Ramadayanti & Kurriwati (2021) bahwa keterampilan kewirausahaan dan saluran distribusi berpengaruh secara simultan terhadap minat beli.

Keterampilan kewirausahaan dan saluran distribusi saling melengkapi dalam meningkatkan minat beli susu kambing Etawa pada mahasiswa. Keduanya berperan dalam membangun hubungan yang kuat dengan konsumen, meningkatkan visibilitas produk, serta menciptakan pengalaman pembelian yang positif. Keterampilan kewirausahaan membantu menciptakan produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen, sementara saluran distribusi memastikan produk tersebut dapat dijangkau oleh konsumen dengan mudah. Kombinasi keduanya membuat produk lebih menarik dan mudah diperoleh, yang meningkatkan kemungkinan mahasiswa untuk membeli.

Pemasaran yang baik, hasil dari keterampilan kewirausahaan, dapat mengedukasi mahasiswa tentang manfaat susu kambing Etawa, yang meningkatkan pengetahuan dan pemahaman mereka. Pada saat yang sama, saluran distribusi yang efisien memastikan mahasiswa bisa membeli produk tersebut tanpa hambatan. Keduanya bekerja bersamaan untuk meningkatkan minat beli, karena mahasiswa

lebih memahami manfaatnya dan mudah mendapatkan produk tersebut. Efektivitas distribusi yang didukung dengan strategi pemasaran yang baik akan mempercepat proses pengenalan produk di kalangan mahasiswa. Semakin mudah mahasiswa mengakses susu kambing Etawa dan semakin baik pengetahuan mereka tentang produk tersebut, semakin tinggi kemungkinan mereka untuk membeli produk tersebut

Pengaruh Keterampilan Kewirausahaan Terhadap Minat Beli

Dari hasil penelitian diketahui bahwa variabel keterampilan kewirausahaan berpengaruh terhadap minat beli ditunjukkan oleh uji t dengan hasil menyatakan adanya pengaruh yang signifikan dari variabel keterampilan kewirausahaan terhadap minat beli. Rata-rata tertinggi pada X1 adalah (X1.1) dengan pernyataan “Sebagai mahasiswa, saya dapat memanfaatkan teknologi untuk mencari cara-cara baru dalam meningkatkan efisiensi produksi susu kambing Etawa”, dan terendah adalah (X1.3) dengan pernyataan “Sebagai mahasiswa, saya dapat merencanakan bisnis susu kambing Etawa dengan mempertimbangkan aspek permintaan pasar mahasiswa”. Dari data tersebut dapat diketahui bahwa responden rata-rata menjawab setuju. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Dwinov, dkk (2024) yang menyatakan bahwa keterampilan kewirausahaan berpengaruh terhadap minat beli.

Produsen yang memiliki keterampilan kewirausahaan yang baik cenderung mampu menyampaikan informasi mengenai manfaat kesehatan dari susu kambing Etawa dengan cara yang menarik dan mudah dimengerti oleh konsumen. Mahasiswa yang mendapatkan informasi yang jelas mengenai manfaat produk, misalnya untuk kesehatan pencernaan atau meningkatkan daya tahan tubuh, lebih cenderung tertarik untuk membeli produk tersebut. Produsen dengan keterampilan kewirausahaan yang baik akan mampu berinovasi, tidak hanya dalam hal produk, tetapi juga dalam cara produk dipasarkan. Hal ini bisa berupa pengemasan yang menarik, promosi yang relevan, atau penggunaan teknologi untuk menjangkau konsumen (seperti pemasaran melalui media sosial). Inovasi seperti ini dapat menarik perhatian mahasiswa yang memiliki kecenderungan untuk mengikuti tren atau mencari produk yang sesuai dengan gaya hidup mereka.

Keterampilan kewirausahaan yang baik memungkinkan produsen untuk memberikan edukasi kepada konsumen mengenai kualitas produk. Misalnya, produsen bisa memberikan informasi terkait proses pembuatan susu kambing Etawa, dari pemeliharaan kambing hingga pengolahan susu, untuk memastikan kualitas dan keamanan produk. Mahasiswa sering mencari produk yang dapat memenuhi kebutuhan mereka dalam kehidupan sehari-hari, misalnya untuk menjaga kesehatan atau meningkatkan daya tahan tubuh. Kewirausahaan yang efektif memungkinkan produsen untuk menyediakan produk yang relevan dengan kebutuhan tersebut, meningkatkan minat beli di kalangan mahasiswa.

Pengaruh Saluran Distribusi Terhadap Minat Beli

Dari hasil penelitian diketahui bahwa variabel saluran distribusi berpengaruh terhadap minat beli ditunjukkan oleh uji t dengan hasil menyatakan adanya pengaruh yang signifikan dari variabel saluran distribusi terhadap minat beli. Rata-rata tertinggi pada X2 adalah (X2.3) dengan pernyataan “Susu kambing Etawa mudah untuk langsung dikonsumsi setelah dibeli”, dan terendah adalah (X2.2) dengan pernyataan “Susu kambing Etawa tersedia sepanjang waktu sehingga saya bisa membeli produk ini kapan saja”. Dari data tersebut dapat diketahui bahwa responden rata-rata menjawab setuju. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Purnamasari, dkk (2021) yang menyatakan bahwa saluran distribusi berpengaruh terhadap minat beli.

Ketika produk susu kambing Etawa tersedia secara terus-menerus dan tidak kehabisan stok, mahasiswa merasa yakin bahwa produk tersebut memiliki reputasi yang baik dan dapat memenuhi kebutuhan mereka kapan saja. Hal ini dapat meningkatkan minat beli karena mereka merasa nyaman dan percaya dengan keberadaan produk tersebut. Saluran distribusi yang efektif dan efisien juga mendukung pengalaman positif mahasiswa dalam berbelanja. Proses yang lancar, harga yang wajar,

dan waktu pengiriman yang cepat (jika membeli secara *online*) akan mempengaruhi keputusan mahasiswa untuk membeli produk susu kambing Etawa.

Saluran distribusi yang luas, seperti di berbagai toko *offline* dan *online*, memungkinkan produk susu kambing Etawa untuk lebih dikenal dan dipilih oleh lebih banyak mahasiswa. Mahasiswa yang sebelumnya tidak mengetahui produk ini, dapat menjadi lebih tertarik untuk mencobanya ketika melihat produk tersebut tersedia di berbagai saluran distribusi yang mereka percayai.

Simpulan, Keterbatasan dan Saran

Simpulan

Dari pembahasan yang telah dipaparkan dapat ditarik kesimpulan yaitu sebagai berikut:

1. Variabel keterampilan kewirausahaan dan saluran distribusi secara simultan berpengaruh terhadap minat beli susu kambing etawa pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang Angkatan 2021.
2. Variabel keterampilan kewirausahaan berpengaruh terhadap minat beli susu kambing etawa pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang Angkatan 2021.
3. Variabel saluran distribusi berpengaruh terhadap minat beli susu kambing etawa pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang Angkatan 2021.

Keterbatasan

Adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya dilakukan di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang Angkatan 2021.
2. Penelitian ini hanya menganalisis variabel keterampilan kewirausahaan dan saluran distribusi sebagai faktor penentu minat beli.

Saran

Dari hasil penelitian ini, terdapat beberapa rekomendasi yang dapat disampaikan sebagai berikut:

1. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan pada lingkup yang lebih luas dan ukuran sampel yang lebih besar, atau dengan melakukan penelitian pada lebih banyak tempat lagi apabila sampelnya terlalu sedikit.
2. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menggunakan variabel-variabel lain untuk penentu minat beli.

Referensi

- Amalia, R., & Tajuddien, R. (2024). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan Saluran Distribusi Pada Minat Beli Konsumen CV. Air Hidup Di Legok-Banten. *Journal of Research and Publication Innovation*, 2(1),
- Bakti, U., Hairudin., Maria, S. A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Lazada di Bandar Lampung. *Jurnal Ekonomi*, Vol. 22 No.1
- Chang, J., & Rieple, A. (2013). Assessing students' entrepreneurial skills development in live projects. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 20(1), 225–241.
- Dwinov, T., Ramitha, A., Siregar, A., & Cahyadi, W. (2024). Pengaruh Media Sosial dan Keterampilan Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha Dengan Inovasi Sebagai Variabel Intervening Pada UMKM Kota Tebing Tinggi. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 7(1).
- Ferdinand, A. (2020). Metode Penelitian Manajemen. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program IBM SPSS*. Edisi 8. Badan Penerbit UNDIP.
- Hair, J. F., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Black, W. C. (2019). *Multivariate Data Analysis* (8th ed.). England: Pearson Prentice.
- Husein, U. (2012). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi 11*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
- Lubis, P. K. D. (2018). Pengaruh pendidikan kewirausahaan dan keterampilan berwirausaha terhadap motivasi berwirausaha mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Medan. *Universitas Negeri Medan*, 7.
- Martha, L. P., Sarma, M., Najib, M. (2016). “Strategi Pemasaran Susu Kambing Di Bogor” .Jurnal Sains Terapan ,Edisi 6 Vol .6.
- Mustaqim, M. (2018). “Penerapan Promosi Dan Strategi Pemasaran”. Jurnal Pemasaran Kompetitif Managemen Pemasaranterhadapperkembangan Usaha .Vol. 1 No. 2.
- Purnamasari, W., Rohmatiah, A., & Indartini, M. (2021). Pengaruh Harga, Promosi Dan Saluran Distribusi Semen Gresik Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus di Distributor PT Abadi Putera Wirajaya). *JURNAL EKOMAKS Jurnal Ilmu Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, 10(1), 40-50.
- Rahmawati. (2016). *Managemen Pemasaran*. Samarinda: Mulawarman University Press.
- Ramayanti, F., & Kurriwati, N. (2021). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial dan Saluran Distribusi Terhadap Minat Beli Konsumen di Era Pandemi Studi Pada Ramio Cafe And Mart di Sumenep. *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen (JKIM)*, 1(4).
- Respianti, R. (2020). *Pengaruh Produk, Promosi dan Saluran Distribusi terhadap Minat Beli Konsumen pada PT Robusta Bhineka Cipta Selaras* (Doctoral dissertation, Prodi Manajemen).
- Rizky, F. A., Sentosa, E., & Nursina, N. (2023). Pengaruh pengetahuan kewirausahaan, kualitas produk, dan keterampilan wirausaha terhadap keberhasilan pedagang cabai pd jaya pasar induk kramatjati jakarta timur. *IKRAITH-EKONOMIKA*, 6(2), 182-190.
- Ryan, T. M. (2024). Pengaruh Keterampilan Wirausaha, Pengalaman Usaha dan Dukungan Sosial Media terhadap Keberhasilan Kewirausahaan di Kota Medan.
- Sarwono, B. (2012). *Beternak Kambing Unggul*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Schaper, M., & Volery, T. (2004). *Entrepreneurship and Small Business* (3rd ed.). Wiley.
- Setyaningtyas, E. A. K., & Hospitality, K. P. D. B. (2022). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli Pada CV Family Catering di Samarinda.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Edisi 2. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2016). *Pengantar Akuntansi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sunoto, D. (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Buku Seru.

Revi Moury Putri Sujarwo* Adalah Mahasiswa FEB Unisma

M. Agus Salim** Adalah Dosen Tetap FEB Unisma

Ety Saraswati*** Adalah Dosen Tetap FEB Unisma