

**Pengaruh Media Sosial Dan Self Efficacy Terhadap Keberhasilan Usaha
(Studi Kasus Pada Pelaku UMKM Desa Pelanggiran Laut Tador)**

Ayu Puspita Sari¹, Rumiris Siahaan^{1*}, Resna Napitu²

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bina Karya¹, Universitas Simalungun²

Email: jordanambarita8@gmail.com*

ABSTRACT

The purpose of this study was to examine the effect of (1) social media on business success (2) self-efficacy on business success (3) social media and self-efficacy simultaneously on business success. This study uses a quantitative research approach. The population in this study is the UMKM actors in Pelanggiran Laut Tador Village, totaling 30 UMKM actors. The sampling technique uses saturated sampling technique which makes all members of the population as research samples. Methods of data collection using a questionnaire. Analytical tools: instrument test, classical assumption test, multiple linear regression analysis, t-test and f-test using SPSS version 25. The results of this study indicate that social media partially has no effect on business success, self-efficacy partially affects business success and based on the simultaneous results that social media and self-efficacy influence business success.

Keywords: Social Media, Self Efficacy, Business success

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh (1) media sosial terhadap keberhasilan usaha (2) self efficacy terhadap keberhasilan usaha (3) media sosial dan self efficacy secara simultan terhadap keberhasilan usaha. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini pelaku UMKM Desa Pelanggiran Laut Tador yang berjumlah 30 orang pelaku UMKM. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik sampling jenuh yang menjadikan seluruh anggota populasi sebagai sampel penelitian. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Alat analisis: uji instrument, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji t dan uji f dengan menggunakan alat bantu SPSS versi 25. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial secara parsial tidak berpengaruh terhadap keberhasilan usaha, self efficacy secara parsial berpengaruh terhadap keberhasilan usaha dan berdasarkan hasil secara simultan bahwa media sosial dan self efficacy berpengaruh terhadap keberhasilan usaha.

Kata kunci: Media Sosial, Self Efficacy, Keberhasilan usaha

PENDAHULUAN

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha disemua sektor ekonomi Tambunan, (2020). Keberadaan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) adalah bagian terbesar dalam sektor perekonomian, UMKM sendiri dapat merubah perekonomian di masa kritis, UMKM dapat memberikan peluang untuk menciptakan suatu lapangan pekerjaan, membangun perekonomian dan nilai tambah.

Desa Pelanggiran Laut Tador adalah salah satu desa yang berada Di Kecamatan Laut Tador Kabupaten Batu Bara desa ini memiliki Badan Usaha Milik Desa (BUMDES), memiliki Koperasi Unit Desa (KUD) yang dijalankan oleh masyarakat Desa Pelanggiran Laut Tador, sebagian besar masyarakat Desa Pelanggiran Laut Tador menjadi wirausahawan seperti reparasi jasa, pengolahan, kebutuhan pokok, kuliner dan lainnya. Di masa pandemi ini, covid-19 membawa dampak negatif terhadap keberhasilan usaha UMKM Desa Pelanggiran Laut Tador.

Menurut Suryana, (2020) keberhasilan usaha merupakan keberhasilan dari bisnis dalam mencapai tujuannya. Kinerja usaha perusahaan merupakan salah satu tujuan dari setiap pengusaha dan keberhasilan merupakan cita-cita setiap pengusaha, namun demikian keberhasilan ini tidak dapat disamaratakan untuk semua orang karena keberhasilan akan dipersepsikan atau dimaknai berbeda pada setiap individu.

Faktor lain yang mendukung keberhasilan usaha adalah *self efficacy*. Menurut Ghufroon dkk (2014) dalam Mislin Asmiati, (2020) menyatakan bahwa *self efficacy* sebagai evaluasi seseorang mengenai kemampuan atau kompetisi dirinya untuk melakukan tugas, mencapai tujuan dan mengatasi hambatan. UMKM Desa Pelanggiran Laut Tador kurang meningkatkan *self efficacy* mereka seperti tingkat kepercayaan diri terhadap usaha yang dijalankan karena cemas terhadap munculnya pesaing baru yang semakin banyak, respon baik atau buruk dari konsumen yang membuat timbulnya rasa tidak percaya diri.

TINJAUAN PUSTAKA

Kewirausahaan

Menurut M. Anang & Anita, (2020) kewirausahaan adalah kemampuan manajer resiko (risk manager) dalam mengoptimalkan segala sumber daya yang ada, baik itu materil, intelektual, waktu, dan kemampuan kreativitasnya untuk menghasilkan suatu produk atau usaha yang berguna bagi dirinya dan bagi orang lain.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Di indonesia UMKM diatur Dalam Undang-Undang Republik Indonesia No 20 Tahun 2008 tentang UMKM. Pasal 1 dari UU tersebut, dinyatakan bahwa usaha mikro adalah usaha produktif milik perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam UU.

Keberhasilan Usaha

Menurut Liswati, (2022) keberhasilan usaha adalah usaha kecil berhasil sebab pengusaha mempunyai otak cerdas, ialah kreatif, mengikuti kemajuan teknologi dan bisa mengaplikasikannya.

Media Sosial

Menurut (Merry, 2019) media sosial adalah media online (daring) yang dimanfaatkan sebagai sarana pergaulan sosial secara online diinternet. Di media sosial para penggunanya dapat saling berkomunikasi, berinteraksi, berbagi, networking dan berbagai kegiatan lainnya.

Self Efficacy

Menurut Setiadi, (2021) *self efficacy* adalah keyakinan individu tentang kemampuan akan dirinya untuk mengatur dan melaksanakan tindakan yang sekiranya dibutuhkan demi tercapainya suatu pencapaian atau tujuan yang diinginkan.

METODE

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dengan tujuan untuk mendeskripsikan objek penelitian ataupun hasil penelitian.

Dalam penelitian ini sifat penelitiannya yaitu pengembangan, dalam penelitian ini peneliti mengembangkan jurnal Budi Dharma, Lia Purnama Sari, Zahrina Ghaisany Pulungan Universitas Islam Negeri Sumatera Utara pada tahun 2022 dengan judul “Pengaruh Media Sosial Terhadap Keberhasilan Usaha” (Studi Kasus Usaha Kuliner Di Kecamatan Medan Johor). Persamaan variabelnya yaitu X media sosial dan Y keberhasilan usaha sedangkan perbedaan variabelnya yaitu menambahkan X2 self efficacy dan objeknya pelaku UMKM. Kemudian dikembangkan oleh peneliti dengan judul “Pengaruh Media Sosial Dan Self Efficacy Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Kasus Pada Pelaku UMKM Desa Pelanggaran Laut Tador)” pada tahun 2023.

Populasi

Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah pelaku UMKM Desa Pelanggaran Laut Tador sebanyak 30 populasi.

Sampel

sampel dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM Desa Pelanggaran Laut Tador yang berjumlah 30 sampel. Teknik sampling yang digunakan adalah teknik sampling jenuh atau teknik sampling dimana teknik ini mengambil semua populasi menjadi sampel.

Defenisi Operasional Variabel Penelitian

Tabel 1. Defenisi Operasional Variabel Penelitian

No	Variable	Definisi	Indikator	Skala Ukur
1	Media Sosial (X1)	Media sosial telah menjadi salah satu aktivitas utama yang dilakukan di dunia maya dengan semakin pesatnya perkembangan teknologi telekomunikasi dan popularitas internet pada saat ini. Ekasari (2016) dalam Tutut Nani Prihatmi, (2019)	1. Relationship. 2. Komunikasi. 3. Interaksi pasca pembelian. 4. Format informasi. Ekasari (2014) dalam Alhuda et al, (2022)	Likert
2	Self Efficacy (X2)	Self efficacy sebagai evaluasi seseorang mengenai kemampuan	1. <i>level/magnitude</i> 2. <i>Strength</i>	Likert

No	Variable	Definisi	Indikator	Skala Ukur
		atau kompetisi dirinya untuk melakukan tugas, mencapai tujuan dan mengatasi hambatan. Ghufron dkk (2014) dalam Mislin Asmiati, (2020)	3. <i>Generality</i> Ghufron dkk (2014) dalam Mislin Asmiati, (2020)	
3	Keberhasilan Usaha (Y)	Keberhasilan usaha merupakan sebuah usaha yang dapat mencapai tujuan dalam bisnisnya, selain itu sebuah perusahaan yang segala dalam aktivitas merujuk untuk mencapai keberhasilan. Suryana (2014) dalam Denny Ivan Prayoga, (2020)	1. Modal 2. Output produksi. 3. Volume penjualan. 4. Pendapatan. Suryana (2014) dalam Dana Kristian, (2022)	Likert

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Data

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Pengujian validitas menggunakan SPSS versi 25.00 dengan kriteria berdasarkan nilai r hitung sebagai berikut:

- 1) Jika r hitung $>$ r tabel atau $- r$ hitung $<$ $- r$ tabel maka pernyataan dinyatakan valid.
- 2) Jika r hitung $<$ r tabel atau $- r$ hitung $>$ $- r$ tabel maka pernyataan dinyatakan tidak valid.

Pengujian ini dilakukan pada 30 orang responden, maka $df = 30 - k = 27$, dengan $\alpha = 5\%$ maka diperoleh nilai r tabel sebesar 0,367 (Ghozali, 2021), selanjutnya nilai r hitung akan dibandingkan dengan nilai r tabel seperti dalam tabel 2 berikut :

Tabel 2 Hasil Uji Validitas

Variabel Keberhasilan Usaha (Y)			
Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Validitas
1	0,749	0,367	Valid
2	0,698	0,367	Valid
3	0,836	0,367	Valid
4	0,509	0,367	Valid
Variabel Media Sosial (X1)			
Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Validitas
1	0,377	0,367	Valid
2	0,787	0,367	Valid
3	0,804	0,367	Valid
4	0,797	0,367	Valid
Variabel Self Efficacy (X2)			
Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Validitas
1	0,590	0,367	Valid
2	0,702	0,367	Valid
3	0,777	0,367	Valid

b. Uji Reliabilitas

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan SPSS 25.00 diperoleh hasil sebagai berikut:

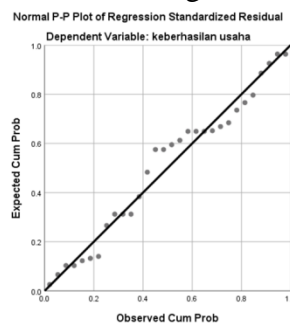
Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Konstanta	Reliabilitas
Variabel Keberhasilan Usaha (Y)	0,779	0,6	Reliabel
Variabel Media Sosial (X1)	0,778	0,6	Reliabel
Variabel <i>Self Efficacy</i> (X2)	0,767	0,6	Reliabel

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas menggunakan metode grafik dapat dilihat dalam gambar berikut :



Gambar 1. Normal P Plot

Adapun hasil pengujiannya menggunakan SPSS 25.00 sebagai berikut :

Tabel 4. Uji One Sample Kolmogorov Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		30	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	1.24371511	
Most Extreme Differences	Absolute	.144	
	Positive	.102	
	Negative	-.144	
Test Statistic		.144	
Asymp. Sig. (2-tailed)		.111 ^c	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.467 ^d	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.232
		Upper Bound	.701

b. Uji Multikolinieritas

Adapun perhitungan nilai tolerance atau VIF dengan program SPSS 25.00 for windows dapat dilihat pada Tabel 5. berikut :

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	media sosial	-.146	1.000
	self efficacy	.481	1.000
a. Dependent Variable: keberhasilan usaha			
Sumber : Data diolah dari lampiran 4 (2023)			

c. Uji Heteroskedastisitas

Hasil pengolahan data menggunakan SPSS 25.00 menunjukkan hasil dalam tabel berikut :

Tabel 6. Hasil Uji Glejser

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.931	1.786		-.521	.606
	media sosial	.056	.078	.136	.723	.476
	self efficacy	.090	.107	.158	.837	.410
a. Dependent Variable: ABS_RES						

3. Pengujian Regresi Linier Berganda

Hasil pengolahan data dapat dilihat dalam tabel 7. berikut :

Tabel 7. Hasil Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.821	3.249		3.331	.003
	media sosial	-.125	.141	-.146	-.882	.386
	self efficacy	.567	.196	.481	2.899	.007
a. Dependent Variable: keberhasilan usaha						
Sumber : Data diolah dari lampiran 4 (2023)						

4. Koefisien Determinasi

Nilai koefisien determinasi dapat dilihat pada Tabel 8. berikut :

Tabel 8. Koefisien Determinasi

Model Summary ^b			
Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	.506 ^a	.256	.201
a. Predictors: (Constant), self efficacy, media sosial			
b. Dependent Variable: keberhasilan usaha			

Pengujian Hipotesis

1. Uji t (Parsial)

Dalam penelitian ini, uji hipotesis parsial dilakukan pada setiap variabel independen, hasil pengolahan data terlihat pada Tabel 9 berikut ini

Tabel 9 Uji Parsial (t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.821	3.249		3.331	.003
	media sosial	-.125	.141	-.146	-.882	.386
	self efficacy	.567	.196	.481	2.899	.007
b. Dependent Variable: keberhasilan usaha						
Sumber : Data diolah dari lampiran 4 (2023)						

2. Uji F (Simultan)

Uji ini pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model ini mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Hasil uji F dapat dilihat dalam tabel 10 berikut:

**Tabel 10
Hasil Uji Simultan (F)**

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	15.442	2	7.721	4.647	.018 ^b
	Residual	44.858	27	1.661		
	Total	60.300	29			
a. Dependent Variable: keberhasilan usaha						
b. Predictors: (Constant), self efficacy, media sosial						
Sumber : Data diolah dari lampiran 4 (2023)						

Kriteria Pengambilan Keputusan :

- Hipotesis diterima jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $Sig. < 0,05$.
- Hipotesis ditolak jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau $Sig. > 0,05$.

Dari tabel 10 diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 4.647 Dengan $\alpha = 5\%$, dk pembilang : k, dk penyebut : n-k-1 (5%; 3; 27) diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 3,35 Dari uraian tersebut dapat diketahui bahwa $F_{hitung} (4,647) > F_{tabel} (3,35)$, dan nilai signifikansi sebesar $0,018 < 0,05$ maka dapat disimpulkan hipotesis ketiga diterima, artinya media sosial dan *self efficacy* berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel keberhasilan usaha.

KESIMPULAN

Hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan analisis regresi linear berganda dengan dua variabel independen dan satu variabel dependen menunjukkan bahwa:

- Media sosial tidak berpengaruh terhadap keberhasilan usaha UMKM Desa Pelanggiran Laut Tador.
- Self efficacy berpengaruh terhadap keberhasilan usaha UMKM Desa Pelanggiran Laut Tador.
- Media sosial dan self efficacy berpengaruh secara simultan terhadap keberhasilan usaha

UMKM Desa Pelanggaran Laut Tador.

REFERENSI

- 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.
- Alifuddin, M., & Razak, M. (2015). *Kewirausahaan Teori dan Aplikasi: Strategi Membangun Kerajaan Bisnis*. In MagnaScript Publishing. Jakarta
- Alma. (2021). *Pengaruh Jiwa Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha Cafe Di Kota Palembang*. JEMBATAN (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, Auditing, dan Akuntansi), 6(1), 13–25.
- Aziz et al. (2021). *Membangun Jiwa Usaha Melalui Pelatihan Kewirausahaan*. Jurnal PKM Manajemen Bisnis, 1(1), 11–18.
- Budi Dharma, Lia Purnama Sari, Z. G. P. (2022). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Keberhasilan Usaha*. Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen dan Bisnis.
- Cahyono. (2020). *Pemanfaatan Media Sosial Dalam Penyebaran Informasi Program Pemerintah*. AL MUNIR Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam, 11(1), 48–59.
- Dana Kristian, (2022). *Pengaruh Kreativitas Dan Inovasi Produk Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Kasus Pada Umkm Dipademangan Jakarta Utara)*. Jurnal Administrasi Bisnis, 2(1), 106–115.
- Denny Ivan Prayoga, N. L. (2020). *Pengaruh Efikasi Diri Dan Karakteristik Individu Terhadap Keberhasilan Usaha Wanita Melalui Perilaku Inovatif Sebagai Variabel Intervening*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
- Dwi Prasetyani. (2021). *Peran Kewirausahaan Dalam Memajukan Perekonomian Indonesia*. Jurnal Disrupsi Bisnis, 4(3), 2017.
- Elis. (2022). *Pengaruh Self Efficacy, Motivasi Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Hotel Lloyd'S Inn Bali Di Seminyak*. Values, 3(1), 151–159.
- Ghozali. (2021). *Aplikasi Analisis Multivartate Dengan Program Ibm Spss 21, Edisi Kedelapan*, Semarang Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jashari. (2020). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Motivasi Konsumen Pada Produk Fast Fashion*. Jurnal Manajemen Pemasaran, 14(1), 25–34.
- Kaplan dan Haenlein. (2020). *Pemanfaatan Media Sosial Dalam Pemasaran Sosial Bagi Remaja*. Jurnal Komunikasi, 12(1), 64.
- Krisna, P., & Nuratama, P. (2021). *Tata Kelola Manajemen & Keuangan Usaha Mikro Kecil Menengah*. In Penerbit CV. Cahaya Bintang Cemerlang. Sulawesi Selatan
- Lindrayanti. (2019). *Pengaruh Pengalaman Usaha Dan Penggunaan Informasi Akuntansi Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah Terhadap Keberhasilan Usaha*. Jurnal Riset Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Program Magister Manajemen, 6(1), 27–39.
- Liswati. (2022). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Keberhasilan Usaha*. Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen dan Bisnis, 1(4), 216–225.
- M. Anang & Anita. (2020). *Dasar dan Konsep Kewirausahaan*. 5(3), 248–253. Jurnal Telkom University.
- Maddux. (2019). *Self-Efficacy dan Kemampuan Komunikasi Matematis Siswa SMP*. JNPM (Jurnal Nasional Pendidikan Matematika), 3(1), 153.
- Mardia et all. (2016). *Kewirausahaan* Penerbit Yayasan Kita Menulis. Makassar
- Merry. (2019). *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Makanan Ringan Kripik Singkong Di Kabupaten Sampang*. DIALEKTIKA : Jurnal Ekonomi dan Ilmu Sosial, 4(2),

1–20.

- Mujiatun. (2022). *Magister Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Self Efficacy Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa (Studi Kasus Universitas Islam Negeri Sumatera Utara)*. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Magister*, 1(2), 106–114.
- Mislin Asmiati. (2020). *Pengaruh Self Efficacy Terhadap Hasil Belajar Matematika Siswa Sd Negeri 147 Pelali Kecamatan Curio Kabupaten Enrekang*.
- Noor. (2021). *Pengaruh Karakteristik Wirausaha Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Warung Kelontong Di Kasihan Bantul Yogyakarta*. *Jurnal Akmenika*, Vol 18(2), hlm 1-9.
- Purnama. (2020). *Faktor-Faktor Yang Menentukan Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Pada Barbershop Di Mataram (Studi Kasus Pada Friends Barbershop, Woods Barbershop Dan Crowns Up Barbershop Mataram) Factors That Dertemine The Use Of The Instagram Social*.
- Setiadi. (2021). *Pengaruh Self-Efficacy Terhadap Hasil Belajar Matematika*. *Jurnal Cendekia : Jurnal Pendidikan Matematika*, 5(3), 2793–2801.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung Alfabeta.
- Tambunan. (2021). *Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kota Langsa*. *JIM: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 2(2), 31–52.
- Trilolita et all. (2021). *Pengaruh Perceived Organizational Support, Self Efficacy dan Lingkungan Kerja terhadap Employee Engagement Karyawan PT. Pesona Arnos Beton*. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(3), 1076–1091.
- Tutut Nani Prihatmi. (2019). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Prestasi Belajar Bahasa Inggris Pada Program Studi Teknik Mesin ITN Malang*. *Jurnal Flywheel*, 9, 18.
- Wulandari, D., Valentine, F., Melinda, M., & Regilsa, M. (2022). *Pengaruh Self-Efficacy dalam Budaya pada Mahasiswa*. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6, 9875–9879.
- Cahyadi, L. and Cahyadi, W. (2023) ‘The influence of transactional leadership style and transformational on organizational commitment with compensation as a moderating variable’, *JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*, 9(2), p. 845. doi:10.29210/020231736.
- Cahyadi, W., Aswita, D. and Ningsih, T.Z. (2022) ‘Analysis of The Development of Non-Cognitive Assessment Instrument to Support Online History Learning in Jambi City High School’, *AL-ISHLAH: Jurnal Pendidikan*, 14(3), pp. 3265–3274. doi:10.35445/alishlah.v14i3.2044.
- Candrasa, L. and Cen, C.C. (2022) ‘The Effect Of Teacher Teaching, Learning Methods And Students Perceptions On The Student’s Learning Achievement In Medan City’, *JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*, 8(4), pp. 449–456. doi:10.29210/020221737.
- Sinaga, E.M. (2022) ‘The Influence Of Price On Purchase Decision With Quality Of Service As Intervening Variable (Case Study On Customer Outlet Distributor Of XL AXIATA Products PT. Akses Lintas Nusantara Kota Tebing Tinggi)’, *JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*, 8(4), pp. 125–133. doi:10.29210/020221734.