

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah pada penelitian ini yaitu “Bagaimana Pengaruh Tingkat Pemahaman Pada Fenomena “Ghozali Everyday” terhadap Minat Berwirausaha Non Fungible Token sebagai Sarana Monetisasi Karya ?” dapat dilihat bahwa penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dari tingkat pemahaman pada fenomena Ghozali Everyday terhadap minat berwirausaha NFT sebagai sarana monetisasi karya pada mahasiswa jurusan DKV yang berkuliah di perguruan tinggi Yogyakarta. Berdasarkan pengolahan dan hasil analisis data, peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat hubungan antara tingkat pemahaman pada fenomena Ghozali Everyday terhadap minat berwirausaha NFT sebagai sarana monetisasi karya pada mahasiswa jurusan DKV yang berkuliah di perguruan tinggi Yogyakarta. Hubungan yang terbentuk dari kedua variabel tersebut ada di tingkatan sedang.
2. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara tingkat pemahaman pada fenomena Ghozali Everyday dengan minat berwirausaha NFT sebagai sarana monetisasi karya pada mahasiswa jurusan DKV yang berkuliah di perguruan tinggi Yogyakarta. Artinya semakin tinggi tingkat pemahaman pada fenomena Ghozali Everyday yang dimiliki oleh mahasiswa DKV, maka akan semakin tinggi juga minat berwirausaha NFT mahasiswa DKV tersebut.

3. Variabel tingkat pemahaman pada fenomena Ghozali Everyday memberikan pengaruh terhadap variabel minat berwirausaha NFT sebesar 35,5% yang mana digolongkan dalam pengaruh tingkat sedang. Artinya, terdapat 64,5% komponen lainnya yang dapat memengaruhi minat berwirausaha NFT dan perlu diteliti pada penelitian selanjutnya.
4. Kelemahan dari penelitian ini adalah penggunaan teori *uses and gratification* yang merupakan teori untuk melihat motif dari pengonsumsian informasi media oleh individu. Teori ini hanya digunakan sebagai teori payung dan bukan untuk menganalisis pokok pembahasan, sehingga elemen komunikasi pada penelitian ini kurang terlihat.
5. Dari Fenomena Ghozali Everyday menunjukkan bahwa terdapat peluang menjanjikan bagi konten kreator dan juga praktisi di bidang NFT untuk dapat memonetisasi karya seni mereka dalam bentuk digital sehingga kreator dan praktisi NFT dapat menjual karya mereka ke khalayak yang lebih luas. Akan tetapi, fakta di lapangan ternyata masih banyak konten kreator yang hanya sekedar tahu mengenai fenomena tersebut dan tidak memiliki pemahaman lebih lanjut mengenai NFT, dalam penelitian ini adalah mahasiswa jurusan Desain Komunikasi Visual. Sehingga hal ini mengakibatkan minat mahasiswa DKV untuk berwirausaha NFT sebagai sarana monetisasi karya tidak terlalu tinggi (sedang).

B. Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan pada penelitian ini terletak pada peneliti yang hanya memfokuskan penelitian pada fenomena Ghozali Everyday di rentang waktu Januari – November 2022 tanpa melihat perkembangan NFT secara keseluruhan, yang mana saat ini mengalami

penurunan, 95% NFT kini tidak berharga, atau harganya nol (Bestari, CNBC Indonesia, 2023). Dalam melihat fenomena Ghozali Everyday, peneliti mengambil informasi dari berbagai sumber portal berita, diantaranya CNBC Indonesia, Liputan6.com, Kompas.com, Suara.com, dan beberapa portal berita NFT luar negeri.

Selain itu, pada penelitian ini teori komunikasi yang digunakan yaitu *Uses And Gratification Theory* hanya digunakan sebagai teori payung untuk menjelaskan bahwa sebelum mencapai tingkat pemahaman tertentu, individu melalui proses konsumsi informasi dari berbagai media sesuai dengan motif dan kebutuhan masing-masing. *Uses and Gratification* pada penelitian ini tidak digunakan untuk menganalisis pokok pembahasan, dalam hal ini fenomena NFT Ghozali Everyday.

C. Saran

Berdasarkan pada kesimpulan yang telah dituliskan di atas, maka peneliti memberikan beberapa saran yang terpisah menjadi dua, yaitu saran teoritis dan saran praktis:

1. Saran Teoritis

Manfaat teoritis pada penelitian ini yaitu “diharapkan dapat menjadi sumber informasi rujukan, menambah literatur dalam penelitian, sebagai pedoman atau perbandingan dalam melakukan penelitian lebih lanjut, serta diharapkan dapat memberi referensi bagi peneliti berikutnya yang tertarik pada NFT dan monetisasi karya”. Berdasarkan hasil analisis data dan manfaat teoritis di atas, penelitian ini telah memenuhi aspek sebagai informasi rujukan, literatur tambahan, pedoman, dan perbandingan untuk melakukan penelitian lebih lanjut. Hal ini dibuktikan dengan hasil analisis yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel tingkat

pemahaman terhadap variabel minat berwirausaha, walaupun pengaruhnya ada di tingkat sedang. Sehingga peneliti menyarankan di penelitian selanjutnya dapat ditambahkan variabel lain seperti terpaan informasi, atau teori komunikasi lain seperti *agenda setting* atau *spiral off silence* agar dapat mengetahui pengaruh lainnya yang tidak diteliti pada penelitian ini, sehingga penelitian lebih komprehensif dan terbarukan.

2. Saran Praktis

Manfaat praktis pada penelitian ini yaitu “diharapkan dapat menjadi tambahan informasi dan wawasan bagi para praktisi di bidang NFT dan mahasiswa jurusan Desain Komunikasi Visual yang tertarik untuk memonetisasi karya”. Berdasarkan hasil analisis data pada penelitian ini didapatkan bahwa tingkat pemahaman pada mahasiswa jurusan DKV sebagai responden masih tergolong sedang, mahasiswa belum bisa dengan baik memahami fenomena Ghozali Everyday dan NFT secara mendalam. Sehingga hal ini berdampak pada minat berwirausaha yang dimiliki oleh mahasiswa DKV. Padahal di lain sisi, NFT menjadi peluang baru yang menjanjikan bagi mahasiswa jurusan DKV untuk dapat memonetisasi karya seni dalam bentuk digital, sehingga dapat menjangkau pasar yang lebih luas.

Dari hasil analisis data tersebut dapat dijadikan sebagai tambahan informasi dan wawasan bagi para praktisi di bidang NFT dan mahasiswa DKV, bahwasannya apabila ingin menekuni dunia NFT, sebaiknya hal yang perlu dilakukan terlebih dahulu adalah mempelajari NFT secara mendetail, yang mencakup definisi, fungsi, konsep, risiko, peluang, keuntungan, perbedaan NFT dengan gambar biasa, hingga bagaimana cara menjual NFT di marketplace. Tidak hanya sekedar tahu saja, tetapi

memiliki pemahaman yang komprehensif perihal NFT sehingga akan berdampak positif terhadap minat berwirausaha NFT yang dimiliki serta monetisasi karya seni yang dilakukan dapat berjalan dengan maksimal.



DAFTAR PUSTAKA

- Abror, A. (1993). *Psikologi Pendidikan*. Yogyakarta: Tiara Wacana .
- Ajzen, I. (2005). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, Vol. 50, 179-211.
- Arsyam, I. (2022, Januari). *Biodata Ghozali Everyday, Pemuda Berumur 22 Tahun Sudah Berpenghasilan Miliaran dari NFT*. Retrieved Juni 10, 2023, from Tribun-Timur.com: 2022
- Baran, S., & Davis, D. (2009). *Mass Communication Theory Foundation, Ferment and Future (5th eds)*. Boston: Wadsworth.
- Bariroh, M. (2021). *Pengaruh Tingkat Pemahaman E-Money dan Kemanfaatan terhadap Minat Menggunakan E-Money (Studi pada Masyarakat Pemilik Uang Elektronik / E-Money di Wilayah Pasar Tanjung)*. Retrieved from http://digilib.uinkhas.ac.id/7077/1/MAYU%20BARIROH_E20161039.pdf
- Basrowi. (2014). *Kewirausahaan Untuk Perguruan Tinggi*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Bestari, N. (2023). *23 Juta Orang Ketipu, 95 Persen NFT Kini Harganya Nol*. Retrieved Oktober 22, 2023, from [CNBC Indonesia: https://www.cnbcindonesia.com/tech/20230925132938-37-475299/23-juta-orang-ketipu-95-persen-nft-kini-harganya-nol](https://www.cnbcindonesia.com/tech/20230925132938-37-475299/23-juta-orang-ketipu-95-persen-nft-kini-harganya-nol)
- Bestari, N. P. (2021). *Apa Itu Blockchain, Teknologi di Balik Bitcoin & Aset Kripto*. Retrieved April 15, 2022, from [CNBC Indonesia: https://www.cnbcindonesia.com/tech/20210423180644-37-240436/apa-itu-blockchain-teknologi-di-balik-bitcoin-aset-kripto/2](https://www.cnbcindonesia.com/tech/20210423180644-37-240436/apa-itu-blockchain-teknologi-di-balik-bitcoin-aset-kripto/2)

- Bhardwaj, S. (2022). *Crypto ecosystem gets influential support from celebs globally*. Retrieved Juni 15, 2022, from Forbes India: <https://www.forbesindia.com/article/cryptocurrency/crypto-ecosystem-gets-influential-support-from-celebs-globally/79965/1>
- Bramasta, D. B. (2022). *4 Hal yang Perlu Diketahui soal Apa Itu NFT*. Retrieved Juni 2, 2022, from Kompas.com: <https://www.kompas.com/tren/read/2022/01/14/070500265/4-hal-yang-perlu-diketahui-soal-apa-itu-nft?page=all>
- Budiningsih, A. (2005). *Belajar dan Pembelajaran*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bungin, B. (2005). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Prenadamedia.
- Christaningrum, & Rosalina, E. (2017). PENGARUH PEMBELAJARAN KEWIRAUSAHAAN TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA (Studi Kasus pada Mahasiswa Manajemen, Akuntansi, dan Sosiologi Universitas Bangka Belitung). *Integrated Journal of Business and Economics (IJBE)*, Vol.I(1), 45-55.
- CNBC Indonesia. (2021). *Apa Itu NFT dan Apa Perbedaannya Dengan Aset Kripto*. Retrieved April 20, 2022, from CNBC Indonesia: <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20211228110618-37-302590/apa-itu-nft-dan-apa-perbedaannya-dengan-aset-kripto/2#>
- CNBC Indonesia. (2022). *Mengenal Apa Itu Blockchain, Teknologi yang Mengubah Dunia*. Retrieved Juni 1, 2022, from CNBC Indonesia: <https://www.cnbcindonesia.com/mymoney/20220217153629-72-316221/mengenal-apa-itu-blockchain-teknologi-yang-mengubah-dunia>
- CNBC, I. (2022, Juni 10). *Mengenal Apa Itu NFT Lengkap Dengan Cara Membuat & Menjualnya*. Retrieved Juni 10, 2023, from CNBC Indonesia:

- <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20220104135501-37-304468/mengenal-apa-itu-nft-lengkap-dengan-cara-membuat-menjualnya>
- Coggan, G. (2021, Desember). *The best NFT artwork created so far*. Retrieved Juni 10, 2023, from Creative Bloq: <https://www.creativebloq.com/features/nft-artwork>
- Coggan, G. (2022). *What are NFTs, exactly? Non-fungible tokens explained*. Retrieved Agustus 15, 2022, from Creativebloq: <https://www.creativebloq.com/features/what-are-nfts>
- Corbuzier, D. (2022). *Ghozali Everyday NFT Kaya Mendadak*. Retrieved Mei 13, 2022, from Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=Vr0GmAYWJnk>
- Crow. (1973). *An Outline of Psychology*. Surabaya: PT Bina Ilmu.
- David, R., & Adams, M. (2022). *Digital Currency: The Future Of Your Money*. Retrieved Agustus 20, 2022, from Forbes.com: <https://www.forbes.com/advisor/investing/cryptocurrency/digital-currency/>
- Djaali. (2011). *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Elly, J. (2022, Januari). *Profil dan Fakta Menarik Ghozali Everyday, Pemuda Penjual Foto Selfie NFT yang Laku Miliaran Rupiah*. Retrieved Juni 10, 2023, from Portal Maluku: <https://portalmaluku.pikiran-rakyat.com/cantik/pr-1063514404/profil-dan-fakta-menarik-ghozali-everyday-pemuda-penjual-foto-selfie-nft-yang-laku-miliaran-rupiah>
- Exmundo, J. (2023, Maret). *Quantum: The Story Behind the World's First NFT*. Retrieved Juni 10, 2023, from NFTNow: <https://nftnow.com/art/quantum-the-first-piece-of-nft-art-ever-created/>
- Flew, T. (2002). *New Media: An Introduction (2nd Edition)*. South Melbourne: Oxford University Press.

- Gallagher, J. (2021). NFTs Are the Biggest Internet Craze. Do They Work for Sneakers? *The Wall Street Journal*.
- Hary, W. (2011). *Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Pengetahuan* . Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Herispon. (2020). *Panduan Pengolahan Data Penelitian Menggunakan SPSS 23 Bagi Mahasiswa*. Pekanbaru: STIER.
- Koesno, D. (2021). *Bagaimana Cara Kerja NFT di Blockchain & Untuk Apa Digunakan?* Retrieved Mei 25, 2022, from Tirto.id: <https://tirto.id/bagaimana-cara-kerja-nft-di-blockchain-untuk-apa-digunakan-gmJg>
- Kolektibel. (2023, April). *Berikut 6 Proyek NFT Sports Populer untuk Jadi Studi Kasus!* Retrieved Juni 10, 2023, from Kolektibel: <https://blog.kolektibel.com/berikut-6-proyek-nft-sports-populer-untuk-jadi-studi-kasus/>
- Kontan.co.id. (2022). *Aturan yang Harus Dipatuhi Jika Jual NFT di OpenSea, Tokomall, Metaroid, Artsky dll*. Retrieved Juni 2, 2022, from Kontan.co.id: <https://investasi.kontan.co.id/news/aturan-yang-harus-dipatuhi-jika-jual-nft-di-opensea-tokomall-metaroid-artsky-dll>
- Kontan.co.id. (2022). *Ini NFT Termahal Di Dunia Tahun 2022 & Cara Membuat, Menjual Serta Membeli NFT*. Retrieved Mei 30, 2022, from Kontan.co.id: <https://yangter.kontan.co.id/news/ini-nft-termahal-di-dunia-tahun-2022-cara-membuat-menjual-serta-membeli-nft>
- Kramer, M., Graves, S., & Phillips, D. (2022). *Beginner's Guide to NFTs: What Are Non-Fungible Tokens?* Retrieved Juni 30, 2022, from Decrypt: <https://decrypt.co/resources/non-fungible-tokens-nfts-explained-guide-learn-blockchain>

- Maulida, L., & Pratomo, Y. (2022, Februari). *Melihat Perkembangan NFT di Indonesia, dari Awal Mula hingga Muncul "Ghozali Effect"*. Retrieved Juni 10, 2023, from Kompas.com: <https://tekno.kompas.com/read/2022/02/28/09350097/melihat-perkembangan-nft-di-indonesia-dari-awal-mula-hingga-muncul-ghozali?page=all>
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Mediana. (2021). *Lokapasar NFT, Alternatif Baru Memonetisasi Karya Seni*. Retrieved Agustus 25, 2022, from Kompas.id: <https://www.kompas.id/baca/ekonomi/2021/08/21/lokapasar-nft-alternatif-baru-memonetisasi-karya-seni>
- Merdeka.com. (2021). *Kisah Inspiratif Wiskie, Ilustrator Sepak Bola Asal Jogja yang Karyanya Mendunia*. Retrieved Mei 2023, from Merdeka.com: <https://www.merdeka.com/jateng/sepak-bola-ala-wiskie-2.html>
- Morissan. (2013). *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana.
- Murti, D., & Handoko, V. (2021). *PEMANFAATAN ARTIFICIAL INTELLIGENT (AI) UNTUK DESA: PENGEMBANGAN KELAS ALAM BERBASIS TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI (TIK) DI DESA WISATA*. Retrieved from E-Journal UAJY: <https://e-journal.uajy.ac.id/28551/1/C.7.COMBINE.pdf>
- Murti, D., Kusumastuti, Z., Handoko, V., & Wijaya, A. (2022). Peningkatan Digitalisasi Pariwisata di Wilayah Desa Purwoharjo, Kulon Progo. *Jurnal Atma Inovasia (JAI)*, Vol.2(1), 14-19.
- Nabila, M. (2022, Januari). *[Seri NFT] Rarity, Utility, Community: Mempelajari Tiga Pilar Terpenting NFT*. Retrieved Juni 10, 2023, from Daily Social: <https://dailysocial.id/post/seri-nft-rarity-utility-community-tiga-pilar-terpenting-nft>

- Neese, B. (2016). *What is New Media ?* Retrieved Mei 10, 2023, from Southeastern University Online Learning: <https://online.seu.edu/what-isnew-media/>
- Nisa, S. (2019). *Pengaruh Tingkat Pemahaman, Motivasi Dan Sikap Terhadap Minat Mahasiswa Akuntansi Untuk Mengambil Profesi Chartered Accountant (CA) Pada Universitas Islam Swasta di Kota Medan.* Retrieved from Research Repository UMSU: <http://repository.umsu.ac.id/handle/123456789/1673>
- Nita, D. (2022, Januari). *Ghozali Mendunia, Media Asing Ikut Soroti Kehebohan NFT Foto Selfie Miliknya.* Retrieved Juni 10, 2023, from Kompas TV: <https://www.kompas.tv/nasional/253673/ghozali-mendunia-media-asing-ikut-soroti-kehebohan-nft-foto-selfie-miliknya>
- Noor, M. U. (2021). NFT (NON-FUNGIBLE TOKEN): MASA DEPAN ARSIP DIGITAL? *Jurnal Kajian Informasi dan Perpustakaan*, 13(2), 224-233.
- Noor, M. U. (2021). NFT (Non-Fungible Token): Masa Depan Arsip Digital? Atau Hanya Sekedar Buble? *Jurnal Kajian Informasi dan Ilmu Perpustakaan*, 13(2), 224-233.
- Nurhadi, M. (2022). *Monetisasi Adalah Cara Mendapatkan Penghasilan, Begini Cara Mendapatkannya.* Retrieved Agustus 21, 2022, from Suara.com: <https://www.suara.com/bisnis/2022/01/07/104705/monetisasi-adalah-cara-mendapatkan-penghasilan-begini-cara-mendapatkannya>
- Pett, C. (2021). *NFT Guide: How to Create and Sell Non Fungible Tokens, discover and Invest in Crypto Art and Collectibles in the Blockchain.* Independently published.
- Pluang.com. (n.d.). *Mengenal CryptoPunks, Pionir Proyek NFT di Dunia.* Retrieved Agustus 19, 2022, from Pluang.com: <https://pluang.com/id/blog/academy/NFT-101/mengenal-cryptopunks>

PPDIKTI. (2022). *Profil Perguruan Tinggi ASRD MSD Yogyakarta*. Retrieved November 20, 2022, from PPDIKTI: https://pddikti.kemdikbud.go.id/data_pt/MTRFMzREMjctNzg2MS00QUY3LTk5ODMtNjIyNDBBNzE4NUJD

PPDIKTI. (2022). *Profil Perguruan Tinggi ISI Yogyakarta*. Retrieved November 20, 2022, from PPDIKTI: https://pddikti.kemdikbud.go.id/data_pt/MjJCNzAwQjItNzFBRS00QjA2LTgzQjItMkEyMTAwNjQ1NTA5

PPDIKTI. (2022). *Profil Perguruan Tinggi STSRD Visin Yogyakarta*. Retrieved November 20, 2022, from PPDIKTI: https://pddikti.kemdikbud.go.id/data_pt/QzY0RDI1QUEtNTZGNC00ODczLUI0QkItNDg1RDM5NTFCMjQ3

Prasasti, G. D. (2022). *NFT hingga AI, 4 Teknologi Ini Diprediksi Ubah Indonesia dan Dunia pada 2022*. Retrieved April 10, 2022, from Liputan6.com: <https://www.liputan6.com/tekno/read/4860294/nft-hingga-ai-4-teknologi-ini-diprediksi-ubah-indonesia-dan-dunia-pada-2022>

Pratiwi, R., & Wadrianto, G. (2022, April). *NFT Sneaker Virtual Nike Terjual Seharga Rp 1,8 Miliar*. Retrieved Juni 10, 2023, from Kompas.com: <https://lifestyle.kompas.com/read/2022/04/30/050000720/nft-sneaker-virtual-nike-terjual-seharga-rp-1-8-miliar>

Pratomo, G. Y. (2022). *Ghozali Everyday, Fenomena NFT yang Bikin Heboh Media Sosial*. Retrieved Oktober 20, 2022, from Liputan6.com:

<https://www.liputan6.com/crypto/read/4859373/ghozali-everyday-fenomena-nft-yang-bikin-heboh-media-sosial>

Purba, J. P. (2022). *Ghozali Everyday Effect, Bagaimana Prospek NFT di Indonesia?* Retrieved Juli 5, 2022, from Liputan6.com: <https://www.liputan6.com/news/read/4865670/ghozali-everyday-effect-bagaimana-prospek-nft-di-indonesia>

Purba, J. P. (2022). *Journal:Fenomena Ghozali Everyday dan Salah Kaprah soal NFT.* Retrieved Oktober 12, 2022, from Liputan6.com: <https://www.liputan6.com/news/read/4866618/journal-fenomena-ghozali-everyday-dan-salah-kaprah-soal-nft>

Putri, R. G. (2022). *Ghozali Everyday Jual NFT Foto Selfie, Harga Tertinggi Tembus Rp 3 Triliun.* Retrieved September 2022, from Kompas.com: <https://tekno.kompas.com/read/2022/01/13/15450077/ghozali-everyday-jual-nft-foto-selfie-harga-tertinggi-tembus-rp-3-triliun?page=all>

Putri, V. (2022). *Pengertian Desain Komunikasi Visual dan Unsurnya.* Retrieved Oktober 21, 2023, from Kompas.com: <https://www.kompas.com/skola/read/2022/07/12/090000169/pengertian-desain-komunikasi-visual-dan-unsurnya?page=all>

Putri, V., & Ihsan, D. (2023, Maret). *10 Jurusan DKV Miliki Peminat Terbanyak, Referensi SNBT 2023.* Retrieved Oktober 21, 2023, from Kompas.com: <https://www.kompas.com/edu/read/2023/03/17/182600771/10-jurusan-dkv-miliki-peminat-terbanyak-referensi-snbt-2023?page=all>

- Rahmadi, A. N., & Heryanto, B. (2016). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kadiri. *Jurnal Ekonika*, 1(2), 153-169.
- Riyanto, G. P. (2022). *Ghozali Everyday Jual NFT Foto Selfie, Harga Tertinggi Tembus Rp 3 Triliun*. Retrieved Mei 30, 2022, from Kompas.com: <https://tekno.kompas.com/read/2022/01/13/15450077/ghozali-everyday-jual-nft-foto-selfie-harga-tertinggi-tembus-rp-3-triliun?page=all>
- Rizal, Syaribulan, & Tola. (2016). Fenomena Calo Liar. *Jurnal Equilibrium*, Vol. IV(1), 67-76.
- Robyn, C., & John, S. (2022). *What Is An NFT? Non-Fungible Tokens Explained*. Retrieved April 11, 2022, from Forbes Advisor: <https://www.forbes.com/advisor/investing/cryptocurrency/nft-non-fungible-token/>
- Rosa, M. C. (2022). *Ghozali Everyday akan Bayar Pajak Usai Sukses Jual NFT Miliaran Rupiah*. Retrieved Juli 6, 2022, from Kompas.com: <https://www.kompas.com/wiken/read/2022/01/16/080500181/ghozali-everyday-akan-bayar-pajak-usai-sukses-jual-nft-miliaran-rupiah?page=all>
- Siregar. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Soetoyo, J. (2020). *Blockchain: Teknologi Ajaib di Balik Kehebatan Bitcoin*. Retrieved April 10, 2022, from CNBC Indonesia: <https://www.cnbcindonesia.com/opini/20200726140017-14-175473/blockchain-teknologi-ajaib-di-balik-kehebatan-bitcoin>
- SPINESports. (2022, Februari). *Ghozali Everyday Ingin Buat 1000 NFT 3D Hasil Karya Tangannya*. Retrieved Juni 10, 2023, from SPIN ESports: <https://dailyspin.id/tech/ghozali-everyday-ingin-buat-1000-nft-3d-hasil-karya-tangannya/>
- Sudijono, A. (2015). *Pengantar Statistik Pendidikan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

- Sudjana, N. (2016). *Penilaian Hasil Proses Belajar Mengajar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. . Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sujarweni, & Endrayanto. (2012). *Statistika untuk Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Supardi. (1993). *Populasi dan Sampel Penelitian*. Yogyakarta: UNISIA.
- Supriyanto, A., & Machfudz, M. (2010). *Metodologi Riset Manajemen Sumber Daya Manusia*. Malang: UIN Malang Press.
- Suryadi, E. (2019). *Metode Penelitian Komunikasi (dengan Pendekatan Kuantitatif)* . Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Suryobroto, S. (1988). *Psikologi Kepribadian*. Jakarta Selatan: PT Raya Graphindo.
- Suwarman, U. (2003). *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Suyono. (2018). *Analisis Regresi Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Deepublish.
- Teniwut, M. (2023, Februari). *Mengenal Jurusan DKV dan Prospek Kerja*. Retrieved Mei 15, 2023, from Media Indonesia: <https://mediaindonesia.com/humaniora/558965/mengenal-jurusan-dkv-dan-prospek-kerja>
- Thompson, C. (2022). *Here Are the Most Expensive NFTs Bought by Celebs – and What They're Worth Today*. Retrieved September 2, 2022, from Coindesk.com:

<https://www.coindesk.com/web3/2022/10/14/here-are-the-most-expensive-nfts-bought-by-celebs-and-what-theyre-worth-today/>

TV One News. (2022). *Ini Dia Beberapa Keuntungan Memiliki Aset Digital NFT!* Retrieved Agustus 23, 2022, from TV One News: <https://www.tvonenews.com/lifestyle/trend/33047-ini-dia-beberapa-keuntungan-memiliki-aset-digital-nft>

Widiasworo, E. (2017). *Strategi dan Metode Mengajar Siswa di Luar Kelas*. Yogyakarta: Ar-ruzzoMedi.

Woolfolk, & Anita. (2004). *Educational Psychology (Ninth Edition)*. Boston: Allyn and Bacon.

Wulandari, S. (2013). Pengaruh Efikasi Diri terhadap Minat Berwirausaha pada Siswa kelas XII di SMK Negeri 1 Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 1(1), 1-19.

LAMPIRAN

Kuesioner :

Perkenalkan nama saya Reza Vivin, mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Saya ingin meminta bantuan teman-teman untuk mengisi kuesioner pada penelitian saya ini. Mohon dijawab sesuai dengan kolom yang telah disediakan.

Teknis Pengisian Kuesioner

Berilah jawaban atas pernyataan-pernyataan di bawah ini dengan memilih 1 jawaban yang menurut Anda paling tepat dan sesuai dengan diri Anda.

Keterangan :

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

CS = Cukup Setuju

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

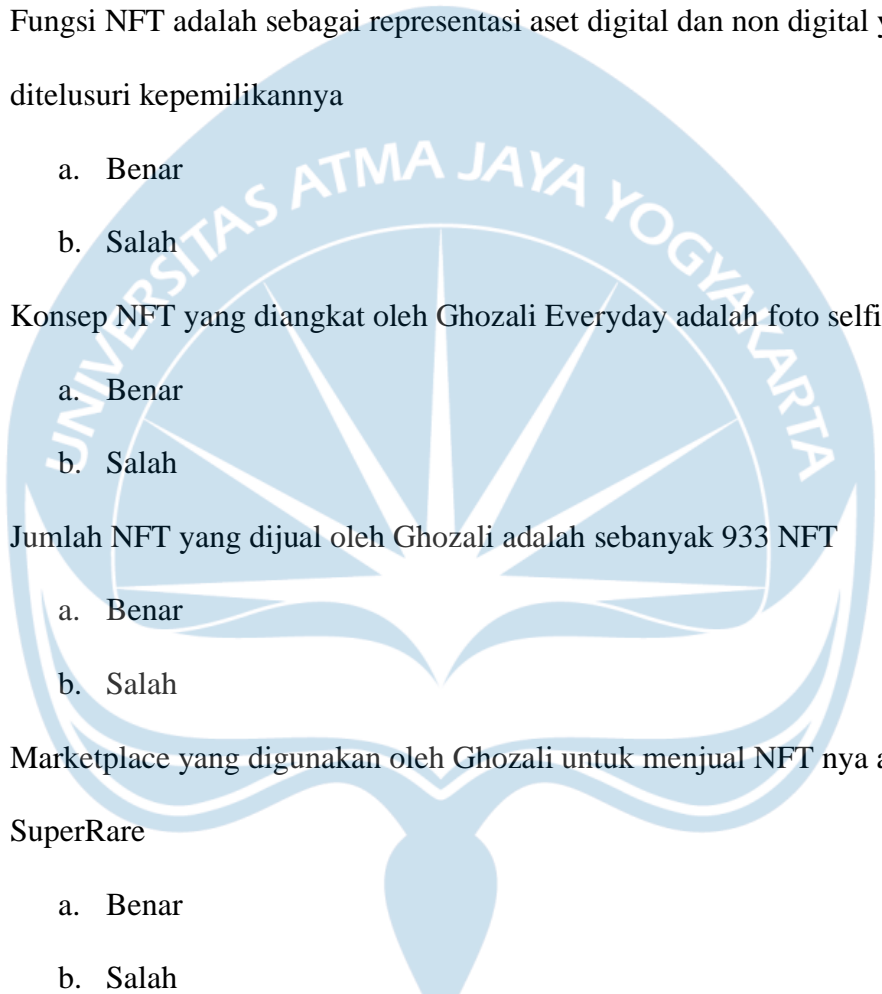
Personal Question

Jenis Kelamin : Pria / Wanita

Asal Universitas :

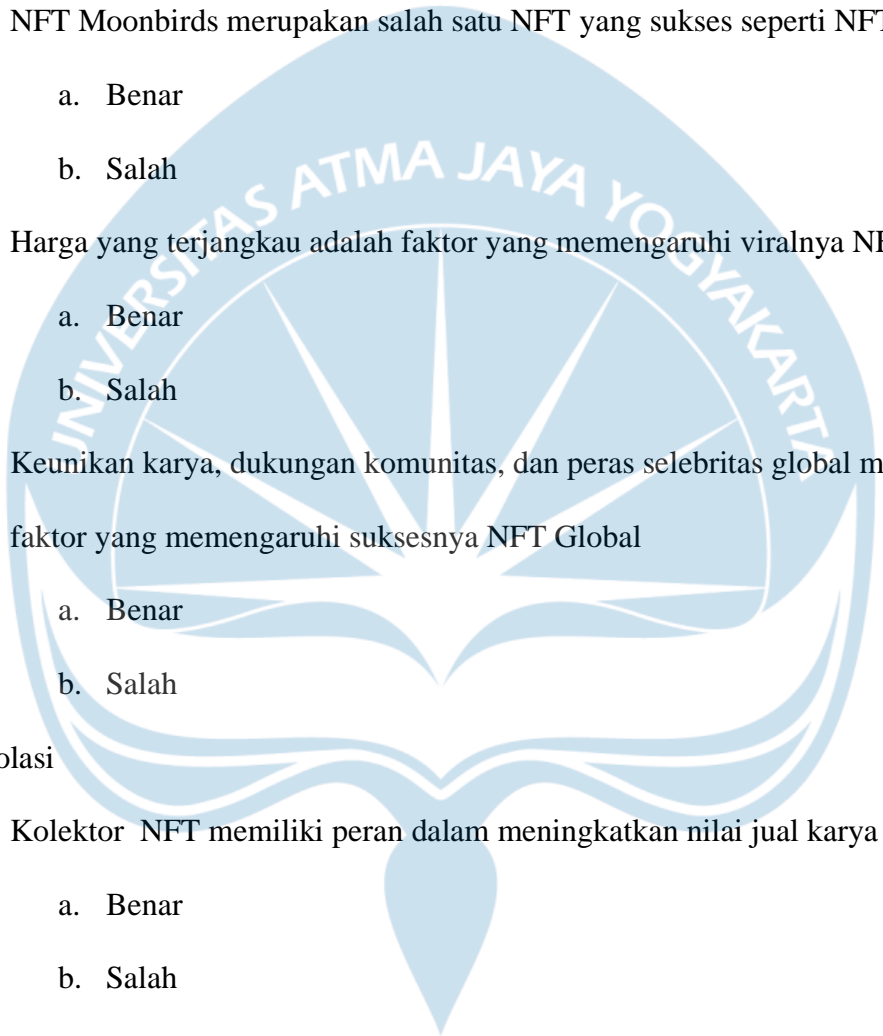
Tingkat Pemahaman

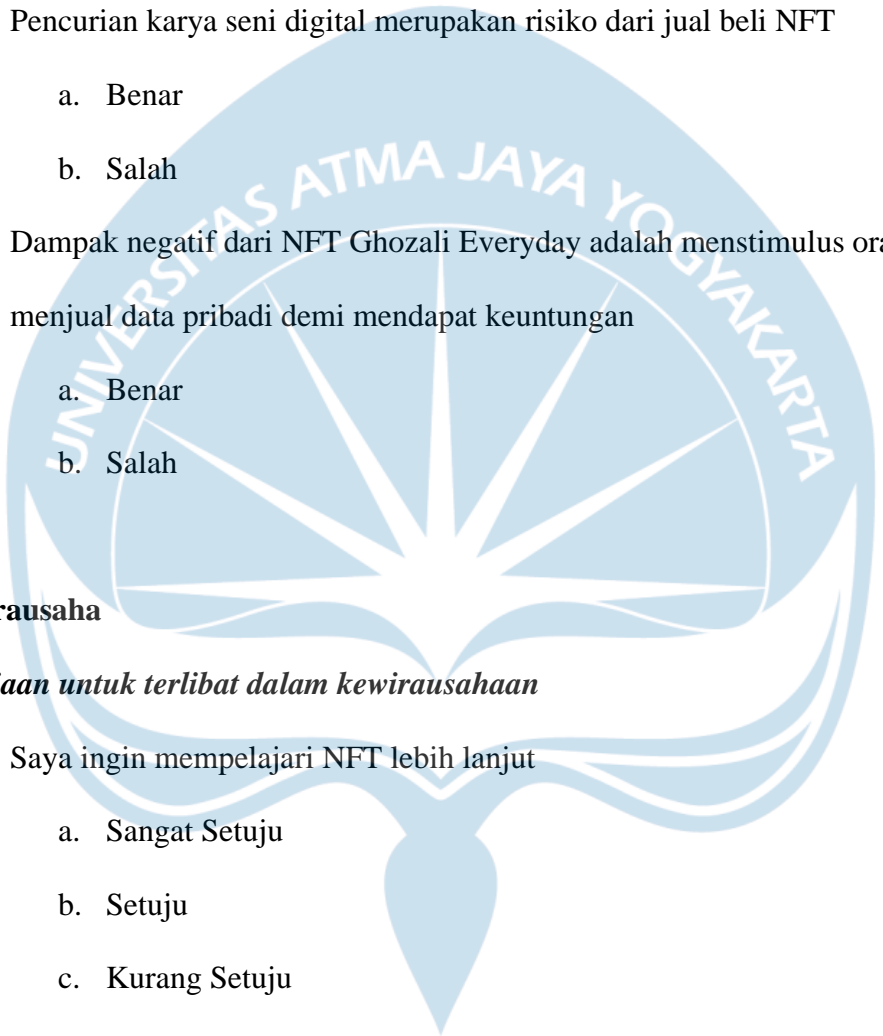
a. Terjemahan

- 
1. NFT adalah aset digital yang tercatat dalam basis data blockchain dan dapat diperjualbelikan secara online melalui marketplace khusus NFT
 - a. Benar
 - b. Salah
 2. Fungsi NFT adalah sebagai representasi aset digital dan non digital yang dapat ditelusuri kepemilikannya
 - a. Benar
 - b. Salah
 3. Konsep NFT yang diangkat oleh Ghozali Everyday adalah foto selfie
 - a. Benar
 - b. Salah
 4. Jumlah NFT yang dijual oleh Ghozali adalah sebanyak 933 NFT
 - a. Benar
 - b. Salah
 5. Marketplace yang digunakan oleh Ghozali untuk menjual NFT nya adalah SuperRare
 - a. Benar
 - b. Salah

b. Penafisran

1. Perbedaan NFT dengan gambar fisik terletak pada pengaplikasian *smart contract* untuk melindungi hak cipta karya
 - a. Benar
 - b. Salah

- 
2. Keuntungan menjual karya seni dalam bentuk NFT adalah bebas biaya kompensasi sebab transaksi dilakukan tanpa pihak ketiga
- Benar
 - Salah
3. NFT Moonbirds merupakan salah satu NFT yang sukses seperti NFT Ghozali
- Benar
 - Salah
4. Harga yang terjangkau adalah faktor yang memengaruhi viralnya NFT Ghozali
- Benar
 - Salah
5. Keunikan karya, dukungan komunitas, dan peras selebritas global merupakan faktor yang memengaruhi suksesnya NFT Global
- Benar
 - Salah
- c. Ekstrapolasi
- Kolektor NFT memiliki peran dalam meningkatkan nilai jual karya NFT seniman
 - Benar
 - Salah
- Viralnya NFT Ghozali berdampak positif terhadap berkembang pesatnya komunitas NFT di Indonesia
 - Benar
 - Salah

- 
3. Rarity, minting, community merupakan pilar penting dalam membuat proyek NFT ?
 - a. Benar
 - b. Salah
 4. Pencurian karya seni digital merupakan risiko dari jual beli NFT
 - a. Benar
 - b. Salah
 5. Dampak negatif dari NFT Ghazali Everyday adalah menstimulus orang untuk menjual data pribadi demi mendapat keuntungan
 - a. Benar
 - b. Salah

Minat Berwirausaha

a. Kesiapan untuk terlibat dalam kewirausahaan

1. Saya ingin mempelajari NFT lebih lanjut
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Kurang Setuju
 - d. Tidak Setuju
 - e. Sangat Tidak Setuju
2. Saya ingin berwirausaha NFT untuk memonetisasi karya seni
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju

- c. Kurang Setuju
- d. Tidak Setuju
- e. Sangat Tidak Setuju

b. Melihat peluang berwirausaha

1. Saya melihat NFT menjadi tren monetisasi karya yang menjanjikan
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Kurang Setuju
 - d. Tidak Setuju
 - e. Sangat Tidak Setuju
2. Saya melihat NFT menjadi salah satu pilihan investasi global dalam bentuk aset digital
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Kurang Setuju
 - d. Tidak Setuju
 - e. Sangat Tidak Setuju

c. Memanfaatkan potensi untuk berwirausaha

1. Saya rajin mengasah skill desain untuk membuat karya seni
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Kurang Setuju

- d. Tidak Setuju
 - e. Sangat Tidak Setuju
2. Saya tertarik untuk membuat karya dalam bentuk NFT
- a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Kurang Setuju
 - d. Tidak Setuju
 - e. Sangat Tidak Setuju

d. Keberanian menghadapi risiko

1. Saya tetap semangat mengelola usaha NFT meskipun mengalami kerugian
- a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Kurang Setuju
 - d. Tidak Setuju
 - e. Sangat Tidak Setuju
2. Saya yakin dapat mengatasi masalah yang muncul selama berwirausaha NFT
- a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Kurang Setuju
 - d. Tidak Setuju
 - e. Sangat Tidak Setuju

e. Keberanian menghadapi tantangan

1. Saya yakin bisa bersaing dengan wirausaha NFT lain
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Kurang Setuju
 - d. Tidak Setuju
 - e. Sangat Tidak Setuju
2. Saya yakin bisa membuat karya NFT yang unik
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Kurang Setuju
 - d. Tidak Setuju
 - e. Sangat Tidak Setuju

f. Perasaan senang berwirausaha

1. Saya senang berwirausaha NFT
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Kurang Setuju
 - d. Tidak Setuju
 - e. Sangat Tidak Setuju
2. Saya senang bisa membuat karya seni dalam bentuk NFT
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju

- c. Kurang Setuju
- d. Tidak Setuju
- e. Sangat Tidak Setuju

g. Keinginan dalam mewujudkan cita-cita kewirausahaan

1. Berwirausaha NFT adalah cita-cita saya
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Kurang Setuju
 - d. Tidak Setuju
 - e. Sangat Tidak Setuju
2. Saya memiliki cita-cita untuk membangun usaha NFT yang sukses di masa depan
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Kurang Setuju
 - d. Tidak Setuju
 - e. Sangat Tidak Setuju

Kuesioner dalam bentuk *Google Form*

Kuesioner Penelitian "Pengaruh Tingkat Pemahaman pada Fenomana "Ghozali Everyday" terhadap Minat Berwirausaha Non Fungible Token (NFT) sebagai Sarana Monetisasi Karya".

Perkenalkan

nama saya Reza Vivin Takriyah, mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Saya ingin meminta bantuan teman-teman untuk mengisi kuesioner pada penelitian saya ini. Mohon dijawab sesuai dengan kolom yang telah disediakan.

Teknis Pengisian Kuesioner

Berilah

jawaban atas pernyataan-pernyataan di bawah ini dengan memilih 1 jawaban yang menurut Anda paling tepat dan sesuai dengan diri Anda.

Kriteria Responden

1. Mengetahui fenomena NFT Ghozali Everyday
2. Merupakan mahasiswa jurusan Desain Komunikasi Visual (DKV) yang berkuliah di Perguruan Tinggi Yogyakarta

Keterangan :

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

CS : Cukup Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

Jenis Kelamin *

- Pria
 Wanita

Asal Universitas *

- ISI Yogyakarta
 STSRD VISI
 ASRD MSD Yogyakarta
 Other: _____

Tingkat Pemahaman

Terjemahan

NFT adalah aset digital yang tercatat dalam basis data blockchain dan dapat diperjualbelikan secara online melalui marketplace khusus NFT. *

- Benar
 Salah

Fungsi NFT adalah sebagai representasi aset digital dan non digital yang dapat ditelusuri kepemilikannya. *

- Benar
 Salah

Konsep NFT yang diangkat oleh Ghozali Everyday adalah foto selfie. *

Benar

Salah

Jumlah NFT yang dijual oleh Ghozali adalah sebanyak 933 NFT. *

Benar

Salah

Marketplace yang digunakan oleh Ghozali untuk menjual NFT nya adalah SuperRare. *

Benar

Salah

Penafsiran

Perbedaan NFT dengan gambar fisik terletak pada pengaplikasian *smart contract* * untuk melindungi hak cipta karya.

Benar

Salah

Keuntungan menjual karya seni dalam bentuk NFT adalah bebas biaya kompensasi sebab transaksi dilakukan tanpa pihak ketiga. *

Benar

Salah

NFT Moonbirds merupakan salah satu NFT yang sukses seperti NFT Ghozali. *

- Benar
- Salah

Harga yang terjangkau adalah faktor yang memengaruhi viralnya NFT Ghozali. *

- Benar
- Salah

Keunikan karya, dukungan komunitas, dan peran selebritas global merupakan faktor yang memengaruhi suksesnya NFT Global. *

- Benar
- Salah

Ekstrapolasi

Kolektor NFT memiliki peran dalam meningkatkan nilai jual karya NFT seniman. *

- Benar
- Salah

Viralnya NFT Ghozali berdampak positif terhadap berkembang pesatnya komunitas NFT di Indonesia. *

- Benar
- Salah

Rarity, minting, community merupakan pilar penting dalam membuat proyek NFT. *

- Benar
- Salah

Pencurian karya seni digital merupakan risiko dari jual beli NFT. *

- Benar
- Salah

Dampak negatif dari NFT Ghazali Everyday adalah menstimulus orang untuk menjual data pribadi demi mendapat keuntungan. *

- Benar
- Salah

Minat Berwirausaha NFT

Kesediaan untuk terlibat dalam kewirausahaan

Saya ingin mempelajari NFT lebih lanjut. *

- 1 2 3 4 5
- Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Saya ingin berwirausaha NFT untuk memonetisasi karya seni. *

- 1 2 3 4 5
- Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Melihat Peluang Berwirausaha

Saya melihat NFT menjadi tren monetisasi karya yang menjanjikan. *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Saya melihat NFT menjadi salah satu pilihan investasi global dalam bentuk aset digital. *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Memanfaatkan Potensi untuk Berwirausaha

Saya rajin mengasah skill desain untuk membuat karya seni. *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Saya tertarik untuk membuat karya dalam bentuk NFT. *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Keberanian Menghadapi Risiko

Saya tetap semangat mengelola usaha NFT meskipun mengalami kerugian. *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Saya yakin dapat mengatasi masalah yang muncul selama berwirausaha NFT. *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Keberanian Menghadapi Tantangan

Saya yakin bisa bersaing dengan wirausaha NFT lain. *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Saya yakin bisa membuat karya NFT yang unik. *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Keinginan dalam Mewujudkan Cita-Cita Kewirausahaan

Berwirausaha NFT adalah cita-cita saya. *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Saya memiliki cita-cita untuk membangun usaha NFT yang sukses di masa depan. *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Perasaan Senang Berwirausaha

Saya senang berwirausaha NFT. *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Saya senang bisa membuat karya seni dalam bentuk NFT. *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Penutupan Google Form

Kuesioner Pengaruh Tingkat Pemahaman pada Fenomana "Ghozali" ☆ All changes saved in Drive

Questions Responses **92** Settings

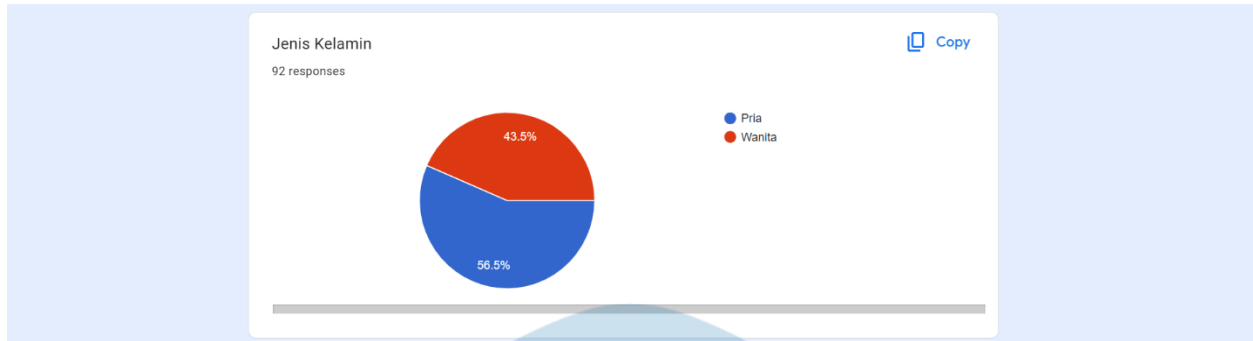
92 responses [View in Sheets](#)

Not accepting responses

Message for respondents

This form is no longer accepting responses

Summary Question Individual



Distribusi Frekuensi

Distribusi frekuensi jenis kelamin responden penelitian

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki - Laki	52	56.5	56.5	56.5
	Perempuan	40	43.5	43.5	100.0
	Total	92	100.0	100.0	

Distribusi frekuensi asal universitas responden penelitian

Asal Universitas

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ISI Yogyakarta	45	48.9	48.9	48.9
	STSRD VISI Yogyakarta	26	28.3	28.3	77.2
	ASRD MSD Yogyakarta	21	22.8	22.8	100.0
	Total	92	100.0	100.0	

Distribusi Frekuensi Tingkat Pemahaman Dimensi Terjemahan dengan pernyataan kuesioner “NFT adalah aset digital yang tercatat dalam basis data blockchain dan dapat diperjualbelikan secara online melalui marketplace khusus NFT”

PT1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Benar	80	87.0	87.0	87.0
	Salah	12	13.0	13.0	100.0
Total		92	100.0	100.0	

Distribusi Frekuensi Tingkat Pemahaman Dimensi Terjemahan dengan pernyataan kuesioner “Fungsi NFT adalah sebagai representasi aset digital dan non digital yang dapat ditelusuri kepemilikannya”

PT2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Benar	77	83.7	83.7	83.7
	Salah	15	16.3	16.3	100.0
Total		92	100.0	100.0	

Distribusi Frekuensi Tingkat Pemahaman Dimensi Terjemahan dengan pernyataan kuesioner “Konsep NFT yang diangkat oleh Ghozali Everyday adalah foto selfie”

PT3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Benar	78	84.8	84.8	84.8
	Salah	14	15.2	15.2	100.0

Total	92	100.0	100.0
-------	----	-------	-------

Distribusi Frekuensi Tingkat Pemahaman Dimensi Terjemahan dengan pernyataan kuesioner “Jumlah NFT yang dijual Ghozali ialah sebanyak 933 NFT”

PT4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Benar	61	66.3	66.3	66.3
	Salah	31	33.7	33.7	100.0
	Total	92	100.0	100.0	

Distribusi Frekuensi Tingkat Pemahaman Dimensi Terjemahan dengan pernyataan kuesioner “Marketplace yang digunakan Ghozali untuk menjual NFT-nya adalah SuperRare”

PT5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Salah	46	50.0	50.0	50.0
	Benar	46	50.0	50.0	100.0
	Total	92	100.0	100.0	

Distribusi Frekuensi Tingkat Pemahaman Dimensi Penafsiran dengan pernyataan kuesioner “Perbedaan NFT dengan gambar fisik terletak pada pengaplikasian smart contract untuk melindungi hak cipta kaya”

PP1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
--	--	-----------	---------	---------------	--------------------

Valid	Benar	61	66.3	66.3	66.3
	Salah	31	33.7	33.7	100.0
	Total	92	100.0	100.0	

Distribusi Frekuensi Tingkat Pemahaman Dimensi Penafsiran dengan pernyataan kuesioner “Keuntungan menjual karya seni dalam bentuk NFT adalah bebas biaya kompensasi sebab transaksi dilakukan tanpa pihak ketiga”

PP2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Benar	50	54.3	54.3	54.3
	Salah	42	45.7	45.7	100.0
	Total	92	100.0	100.0	

Distribusi Frekuensi Tingkat Pemahaman Dimensi Penafsiran dengan pernyataan kuesioner “NFT Moonbirds merupakan salah satu NFT yang sukses seperti NFT Ghozali”

PP3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Salah	46	50.0	50.0	50.0

Benar	46	50.0	50.0	100.0
Total	92	100.0	100.0	

Distribusi Frekuensi Tingkat Pemahaman Dimensi Penafsiran dengan pernyataan kuesioner “Harga yang terjangkau adalah faktor yang memengaruhi viralnya NFT Ghozali”

PP4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	benar	54	58.7	58.7	58.7
	Salah	38	41.3	41.3	100.0
	Total	92	100.0	100.0	

Distribusi Frekuensi Tingkat Pemahaman Dimensi Penafsiran dengan pernyataan kuesioner “Keunikan karya, dukungan komunitas, dan peran selebritas global merupakan faktor yang memengaruhi suksesnya NFT Global”

PP5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Benar	65	70.7	70.7	70.7
	Salah	27	29.3	29.3	100.0
	Total	92	100.0	100.0	

Distribusi Frekuensi Tingkat Pemahaman Dimensi Ekstrapolasi dengan pernyataan kuesioner “Kolektor NFT memiliki peran dalam meningkatkan nilai jual karya NFT seniman”

PE1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Salah	49	53.3	53.3	53.3
	Benar	43	46.7	46.7	100.0
	Total	92	100.0	100.0	

Distribusi Frekuensi Tingkat Pemahaman Dimensi Ekstrapolasi dengan pernyataan kuesioner “viralnya NFT Ghozali berdampak positif terhadap berkembang pesatnya komunitas NFT di Indonesia”

PE2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Salah	54	58.7	58.7	58.7
	Benar	38	41.3	41.3	100.0
	Total	92	100.0	100.0	

Distribusi Frekuensi Tingkat Pemahaman Dimensi Ekstrapolasi dengan pernyataan kuesioner “Rarity, minting, community merupakan pilar penting dalam membuat proyek NFT”

PE3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Salah	48	52.2	52.2	52.2
	Benar	44	47.8	47.8	100.0
	Total	92	100.0	100.0	

Distribusi Frekuensi Tingkat Pemahaman Dimensi Ekstrapolasi dengan pernyataan kuesioner “pencurian karya seni digital merupakan risiko dari jual beli NFT”

PE4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Benar	57	62.0	62.0	62.0
	Salah	35	38.0	38.0	100.0
	Total	92	100.0	100.0	

Distribusi Frekuensi Tingkat Pemahaman Dimensi Ekstrapolasi dengan pernyataan kuesioner “Dampak negatif dari NFT Ghozali Everyday adalah menstimulus orang untuk menjual data pribadi demi mendapat keuntungan”

PE5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Benar	61	66.3	66.3	66.3
	Salah	31	33.7	33.7	100.0
	Total	92	100.0	100.0	

Distribusi Frekuensi Minat Berwirausaha NFT dengan pernyataan kuesioner “Saya ingin mempelajari NFT lebih lanjut”

MB1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Setuju	38	41.3	41.3	41.3
	Cukup Setuju	21	22.8	22.8	64.1

Sangat Setuju	17	18.5	18.5	82.6
Tidak Setuju	11	12.0	12.0	94.6
Sangat Tidak Setuju	5	5.4	5.4	100.0
Total	92	100.0	100.0	

Distribusi Frekuensi Minat Berwirausaha NFT dengan pernyataan kuesioner “saya ingin berwirausaha NFT untuk memonetisasi karya seni”

MB1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Cukup Setuju	32	34.8	34.8	34.8
	Setuju	32	34.8	34.8	69.6
	Tidak Setuju	18	19.6	19.6	89.1
	Sangat Setuju	7	7.6	7.6	96.7
	Sangat Tidak Setuju	3	3.3	3.3	100.0
	Total	92	100.0	100.0	

Distribusi Frekuensi Minat Berwirausaha NFT dengan pernyataan kuesioner “Saya melihat NFT menjadi tren monetisasi karya yang menjanjikan”

MB2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Cukup Setuju	34	37.0	37.0	37.0
	Setuju	33	35.9	35.9	72.8
	Tidak Setuju	19	20.7	20.7	93.5
	Sangat Setuju	5	5.4	5.4	98.9
	Sangat Tidak Setuju	1	1.1	1.1	100.0
	Total	92	100.0	100.0	

Distribusi Frekuensi Minat Berwirausaha NFT dengan pernyataan kuesioner “Saya melihat NFT menjadi salah satu pilihan investasi global dalam bentuk aset digital”

MB2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Cukup Setuju	40	43.5	43.5	43.5
	Setuju	25	27.2	27.2	70.7
	Tidak Setuju	20	21.7	21.7	92.4
	Sangat Setuju	6	6.5	6.5	98.9
	Sangat Tidak Setuju	1	1.1	1.1	100.0
	Total	92	100.0	100.0	

Distribusi Frekuensi Minat Berwirausaha NFT dengan pernyataan kuesioner “Saya rajin mengasah skill desain untuk membuat karya seni”

MB3.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Cukup Setuju	32	34.8	34.8	34.8
	Setuju	31	33.7	33.7	68.5
	Tidak Setuju	16	17.4	17.4	85.9
	Sangat Setuju	10	10.9	10.9	96.7
	Sangat Tidak Setuju	3	3.3	3.3	100.0
	Total	92	100.0	100.0	

Distribusi Frekuensi Minat Berwirausaha NFT dengan pernyataan kuesioner “Saya tertarik untuk membuat karya dalam bentuk NFT”

MB3.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Cukup Setuju	35	38.0	38.0	38.0
	Setuju	28	30.4	30.4	68.5
	Tidak Setuju	16	17.4	17.4	85.9
	Sangat Setuju	8	8.7	8.7	94.6
	Sangat Tidak Setuju	5	5.4	5.4	100.0
	Total	92	100.0	100.0	

Distribusi Frekuensi Minat Berwirausaha NFT dengan pernyataan kuesioner “Saya tetap semangat mengelola usaha NFT walaupun mengalami kerugian”

MB4.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Cukup Setuju	34	37.0	37.0	37.0
	Setuju	34	37.0	37.0	73.9
	Tidak Setuju	19	20.7	20.7	94.6
	Sangat Setuju	3	3.3	3.3	97.8
	Sangat Tidak Setuju	2	2.2	2.2	100.0
	Total	92	100.0	100.0	

Distribusi Frekuensi Minat Berwirausaha NFT dengan pernyataan kuesioner “Saya yakin dapat mengatasi masalah yang muncul selama berwirausaha NFT”

MB4.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Cukup Setuju	40	43.5	43.5	43.5
	Setuju	28	30.4	30.4	73.9
	Tidak Setuju	15	16.3	16.3	90.2
	Sangat Setuju	7	7.6	7.6	97.8
	Sangat Tidak Setuju	2	2.2	2.2	100.0
	Total	92	100.0	100.0	

Distribusi Frekuensi Minat Berwirausaha NFT dengan pernyataan kuesioner “Saya yakin bisa bersaing dengan wirausaha NFT yang lain”

MB5.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
--	--	-----------	---------	---------------	--------------------

Valid	Cukup Setuju	38	41.3	41.3	41.3
	Setuju	29	31.5	31.5	72.8
	Tidak Setuju	16	17.4	17.4	90.2
	Sangat Setuju	8	8.7	8.7	98.9
	Sangat Tidak Setuju	1	1.1	1.1	100.0
	Tota	92	100.0	100.0	

Distribusi Frekuensi Minat Berwirausaha NFT dengan pernyataan kuesioner “Saya yakin bisa membuat karya NFT yang unik”

MB5.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Cukup Setuju	36	39.1	39.1	39.1
	Setuju	21	22.8	22.8	62.0
	Tidak Setuju	19	20.7	20.7	82.6
	Sangat Setuju	14	15.2	15.2	97.8
	Sangat Tidak Setuju	2	2.2	2.2	100.0
	Total	92	100.0	100.0	

Distribusi Frekuensi Minat Berwirausaha NFT dengan pernyataan kuesioner “Saya senang berwirausaha NFT”

MB6.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Cukup Setuju	36	39.1	39.1	39.1
	Setuju	26	28.3	28.3	67.4
	Tidak Setuju	22	23.9	23.9	91.3
	Sangat Setuju	6	6.5	6.5	97.8
	Sangat Tidak Setuju	2	2.2	2.2	100.0
	Total	92	100.0	100.0	

Distribusi Frekuensi Minat Berwirausaha NFT dengan pernyataan kuesioner “Saya senang bisa membuat karya seni dalam bentuk NFT”

MB6.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Cukup Setuju	43	46.7	46.7	46.7
	Tidak Setuju	23	25.0	25.0	71.7
	Setuju	21	22.8	22.8	94.6
	Sangat Setuju	3	3.3	3.3	97.8
	Sangat Tidak Setuju	2	2.2	2.2	100.0
	Total	92	100.0	100.0	

Distribusi Frekuensi Minat Berwirausaha NFT dengan pernyataan kuesioner “Berwirausaha NFT adalah cita-cita saya”

MB7.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Cukup Setuju	30	32.6	32.6	32.6
	Tidak Setuju	26	28.3	28.3	60.9
	Sangat Tidak Setuju	23	25.0	25.0	85.9
	Setuju	12	13.0	13.0	98.9
	Sangat Setuju	1	1.1	1.1	100.0
	Total	92	100.0	100.0	

Distribusi Frekuensi Minat Berwirausaha NFT dengan pernyataan kuesioner “Saya memiliki cita-cita untuk membangun usaha NFT yang sukses di masa depan”

MB7.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	29	31.5	31.5	31.5
	Cukup Setuju	27	29.3	29.3	60.9
	Sangat Tidak Setuju	23	25.0	25.0	85.9

Setuju	8	8.7	8.7	94.6
Sangat Setuju	5	5.4	5.4	100.0
Total	92	100.0	100.0	

Crosstabs Jenis Kelamin dengan Tingkat Pemahaman

Jenis Kelamin * Tingkat Pemahaman Crosstabulation

		Tingkat Pemahaman			Total	
		rendah	sedang	tinggi		
Jenis Kelamin	Laki - Laki	Count	17	20	15	52
		% of Total	18.5%	21.7%	16.3%	56.5%
	Perempuan	Count	5	12	23	40
		% of Total	5.4%	13.0%	25.0%	43.5%
Total		Count	22	32	38	92
		% of Total	23.9%	34.8%	41.3%	100.0%

Crosstabs Jenis Kelamin dengan Minat Berwirausaha

Jenis Kelamin * Minat Berwirausaha Crosstabulation

		Minat Berwirausaha			Total	
		rendah	sedang	tinggi		
Jenis Kelamin	Laki - Laki	Count	1	40	11	52
		% of Total	1.1%	43.5%	12.0%	56.5%
	Perempuan	Count	0	28	12	40
		% of Total	0.0%	30.4%	13.0%	43.5%
Total		Count	1	68	23	92
		% of Total	1.1%	73.9%	25.0%	100.0%

Crosstabs Asal Universitas dengan Tingkat Pemahaman

Asal Universitas * Tingkat Pemahaman Crosstabulation

		Tingkat Pemahaman			Total	
		rendah	sedang	tinggi		
Asal Universitas	ISI Yogyakarta	Count	14	19	12	45
		% of Total	15.2%	20.7%	13.0%	48.9%
	ASRD MSD Yogyakarta	Count	4	7	10	21
		% of Total	4.3%	7.6%	10.9%	22.8%
	STSRD VISI Yogyakarta	Count	4	6	16	26
		% of Total	4.3%	6.5%	17.4%	28.3%
Total		Count	22	32	38	92
		% of Total	23.9%	34.8%	41.3%	100.0%

Crosstabs Asal Universitas dengan Minat Berwirausaha

Asal Universitas * Minat Berwirausaha Crosstabulation

		Minat Berwirausaha			Total	
		rendah	sedang	tinggi		
Asal Universitas	ISI Yogyakarta	Count	1	39	5	45
		% of Total	1.1%	42.4%	5.4%	48.9%
	ASRD MSD Yogyakarta	Count	0	14	7	21
		% of Total	0.0%	15.2%	7.6%	22.8%
	STSRD VISI Yogyakarta	Count	0	15	11	26
		% of Total	0.0%	16.3%	12.0%	28.3%
Total		Count	1	68	23	92
		% of Total	1.1%	73.9%	25.0%	100.0%

Tabel R untuk Uji Validitas

Tabel r untuk df = 51 - 100

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323

Tabel f

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,01

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	6.92	4.85	4.00	3.53	3.23	3.01	2.84	2.71	2.61	2.52	2.45	2.39	2.33	2.28	2.24
92	6.92	4.84	4.00	3.53	3.22	3.00	2.84	2.71	2.61	2.52	2.45	2.38	2.33	2.28	2.24
93	6.92	4.84	4.00	3.53	3.22	3.00	2.84	2.71	2.60	2.52	2.44	2.38	2.33	2.28	2.24
94	6.91	4.84	4.00	3.53	3.22	3.00	2.84	2.71	2.60	2.52	2.44	2.38	2.33	2.28	2.24
95	6.91	4.84	3.99	3.52	3.22	3.00	2.83	2.70	2.60	2.51	2.44	2.38	2.32	2.28	2.23
96	6.91	4.83	3.99	3.52	3.21	3.00	2.83	2.70	2.60	2.51	2.44	2.38	2.32	2.27	2.23
97	6.90	4.83	3.99	3.52	3.21	2.99	2.83	2.70	2.60	2.51	2.44	2.37	2.32	2.27	2.23
98	6.90	4.83	3.99	3.52	3.21	2.99	2.83	2.70	2.59	2.51	2.43	2.37	2.32	2.27	2.23
99	6.90	4.83	3.99	3.51	3.21	2.99	2.83	2.70	2.59	2.51	2.43	2.37	2.32	2.27	2.22
100	6.90	4.82	3.98	3.51	3.21	2.99	2.82	2.69	2.59	2.50	2.43	2.37	2.31	2.27	2.22
101	6.89	4.82	3.98	3.51	3.20	2.99	2.82	2.69	2.59	2.50	2.43	2.37	2.31	2.26	2.22
102	6.89	4.82	3.98	3.51	3.20	2.98	2.82	2.69	2.59	2.50	2.43	2.36	2.31	2.26	2.22
103	6.89	4.82	3.98	3.51	3.20	2.98	2.82	2.69	2.58	2.50	2.42	2.36	2.31	2.26	2.22
104	6.89	4.82	3.98	3.51	3.20	2.98	2.82	2.69	2.58	2.50	2.42	2.36	2.31	2.26	2.22
105	6.88	4.81	3.97	3.50	3.20	2.98	2.81	2.69	2.58	2.49	2.42	2.36	2.30	2.26	2.21
106	6.88	4.81	3.97	3.50	3.19	2.98	2.81	2.68	2.58	2.49	2.42	2.36	2.30	2.25	2.21
107	6.88	4.81	3.97	3.50	3.19	2.98	2.81	2.68	2.58	2.49	2.42	2.36	2.30	2.25	2.21
108	6.88	4.81	3.97	3.50	3.19	2.97	2.81	2.68	2.58	2.49	2.42	2.35	2.30	2.25	2.21
109	6.87	4.81	3.97	3.50	3.19	2.97	2.81	2.68	2.57	2.49	2.41	2.35	2.30	2.25	2.21
110	6.87	4.80	3.96	3.49	3.19	2.97	2.81	2.68	2.57	2.49	2.41	2.35	2.30	2.25	2.21
111	6.87	4.80	3.96	3.49	3.19	2.97	2.80	2.68	2.57	2.48	2.41	2.35	2.29	2.25	2.20
112	6.87	4.80	3.96	3.49	3.19	2.97	2.80	2.67	2.57	2.48	2.41	2.35	2.29	2.25	2.20
113	6.86	4.80	3.96	3.49	3.18	2.97	2.80	2.67	2.57	2.48	2.41	2.35	2.29	2.24	2.20
114	6.86	4.80	3.96	3.49	3.18	2.96	2.80	2.67	2.57	2.48	2.41	2.34	2.29	2.24	2.20
115	6.86	4.79	3.96	3.49	3.18	2.96	2.80	2.67	2.57	2.48	2.41	2.34	2.29	2.24	2.20
116	6.86	4.79	3.96	3.49	3.18	2.96	2.80	2.67	2.56	2.48	2.40	2.34	2.29	2.24	2.20
117	6.86	4.79	3.95	3.48	3.18	2.96	2.80	2.67	2.56	2.48	2.40	2.34	2.29	2.24	2.20
118	6.85	4.79	3.95	3.48	3.18	2.96	2.79	2.67	2.56	2.47	2.40	2.34	2.28	2.24	2.19
119	6.85	4.79	3.95	3.48	3.17	2.96	2.79	2.66	2.56	2.47	2.40	2.34	2.28	2.24	2.19
120	6.85	4.79	3.95	3.48	3.17	2.96	2.79	2.66	2.56	2.47	2.40	2.34	2.28	2.23	2.19
121	6.85	4.78	3.95	3.48	3.17	2.95	2.79	2.66	2.56	2.47	2.40	2.34	2.28	2.23	2.19
122	6.85	4.78	3.95	3.48	3.17	2.95	2.79	2.66	2.56	2.47	2.40	2.33	2.28	2.23	2.19
123	6.85	4.78	3.94	3.48	3.17	2.95	2.79	2.66	2.55	2.47	2.40	2.33	2.28	2.23	2.19
124	6.84	4.78	3.94	3.47	3.17	2.95	2.79	2.66	2.55	2.47	2.39	2.33	2.28	2.23	2.19
125	6.84	4.78	3.94	3.47	3.17	2.95	2.79	2.66	2.55	2.47	2.39	2.33	2.28	2.23	2.19
126	6.84	4.78	3.94	3.47	3.17	2.95	2.78	2.66	2.55	2.46	2.39	2.33	2.27	2.23	2.18
127	6.84	4.78	3.94	3.47	3.16	2.95	2.78	2.65	2.55	2.46	2.39	2.33	2.27	2.23	2.18
128	6.84	4.77	3.94	3.47	3.16	2.95	2.78	2.65	2.55	2.46	2.39	2.33	2.27	2.22	2.18
129	6.84	4.77	3.94	3.47	3.16	2.94	2.78	2.65	2.55	2.46	2.39	2.33	2.27	2.22	2.18
130	6.83	4.77	3.94	3.47	3.16	2.94	2.78	2.65	2.55	2.46	2.39	2.32	2.27	2.22	2.18
131	6.83	4.77	3.93	3.47	3.16	2.94	2.78	2.65	2.55	2.46	2.39	2.32	2.27	2.22	2.18
132	6.83	4.77	3.93	3.46	3.16	2.94	2.78	2.65	2.54	2.46	2.38	2.32	2.27	2.22	2.18
133	6.83	4.77	3.93	3.46	3.16	2.94	2.78	2.65	2.54	2.46	2.38	2.32	2.27	2.22	2.18
134	6.83	4.77	3.93	3.46	3.16	2.94	2.78	2.65	2.54	2.46	2.38	2.32	2.27	2.22	2.18
135	6.83	4.77	3.93	3.46	3.16	2.94	2.77	2.65	2.54	2.45	2.38	2.32	2.26	2.22	2.17

Tabel t

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 –120)

Pr df	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

Uji Validitas Tingkat Pemahaman Fenomena Ghozali Everyday

Correlations

		PT1	PT2	PT3	PT4	PT5	PP1	PP2	PP3	PP4	PP5
PT1	Pearson Correlation	1	-.084	.016	.134	.194	.134	.225*	.065	.063	.034
	Sig. (2-tailed)		.428	.882	.204	.064	.204	.031	.541	.553	.748
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
PT2	Pearson Correlation	-.084	1	.059	.308**	.088	.308**	-.009	.147	-.168	.297**
	Sig. (2-tailed)	.428		.578	.003	.403	.003	.932	.162	.110	.004
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
PT3	Pearson Correlation	.016	.059	1	.082	.121	.082	.206*	.182	-.013	.259*
	Sig. (2-tailed)	.882	.578		.436	.250	.436	.049	.083	.899	.013
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
PT4	Pearson Correlation	.134	.308**	.082	1	.161	1.000*	.146	.207*	.084	-.106
	Sig. (2-tailed)	.204	.003	.436		.125	.000	.166	.048	.424	.315
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
PT5	Pearson Correlation	.194	.088	.121	.161	1	.161	.175	.435**	.309**	.072
	Sig. (2-tailed)	.064	.403	.250	.125		.125	.096	.000	.003	.498
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
PP1	Pearson Correlation	.134	.308**	.082	1.000*	.161	1	.146	.207*	.084	-.106
	Sig. (2-tailed)	.204	.003	.436	.000	.125		.166	.048	.424	.315
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
PP2	Pearson Correlation	.225*	-.009	.206*	.146	.175	.146	1	.306**	.250*	.159
	Sig. (2-tailed)	.031	.932	.049	.166	.096	.166		.003	.016	.129
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
PP3	Pearson Correlation	.065	.147	.182	.207*	.435**	.207*	.306**	1	.397**	.119
	Sig. (2-tailed)	.541	.162	.083	.048	.000	.048	.003		.000	.257
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
PP4	Pearson Correlation	.063	-.168	-.013	.084	.309**	.084	.250*	.397**	1	.007
	Sig. (2-tailed)	.553	.110	.899	.424	.003	.424	.016	.000		.944
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92

PP5	Pearson	.034	.297**	.259*	-.106	.072	-.106	.159	.119	.007	1
	Correlation										
	Sig. (2-tailed)	.748	.004	.013	.315	.498	.315	.129	.257	.944	
N		92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
PE1	Pearson	.363**	.060	.215*	.530**	.152	.530**	.235*	.283**	.188	.269**
	Correlation										
	Sig. (2-tailed)	.000	.572	.040	.000	.147	.000	.024	.006	.073	.010
N		92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
PE2	Pearson	.259*	.012	.171	.505**	.132	.505**	.339**	.177	.238*	.298**
	Correlation										
	Sig. (2-tailed)	.013	.912	.103	.000	.208	.000	.001	.092	.022	.004
N		92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
PE3	Pearson	.242*	.010	.224*	.130	.435**	.130	.477**	.479**	.346**	.139
	Correlation										
	Sig. (2-tailed)	.020	.923	.032	.216	.000	.216	.000	.000	.001	.186
N		92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
PE4	Pearson	.162	.139	.167	.389**	.157	.389**	.224*	.425**	.339**	.380**
	Correlation										
	Sig. (2-tailed)	.123	.186	.112	.000	.136	.000	.032	.000	.001	.000
N		92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
PE5	Pearson	.134	.308**	.082	1.000*	.161	1.000*	.146	.207*	.084	-.106
	Correlation										
	Sig. (2-tailed)	.204	.003	.436	.000	.125	.000	.166	.048	.424	.315
N		92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
Tingkat Pemahaman	Pearson	.342**	.283**	.330**	.692**	.473**	.692**	.506**	.588**	.421**	.325**
	Correlation										
	Sig. (2-tailed)	.001	.006	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.002
N		92	92	92	92	92	92	92	92	92	92

Correlations

		PE1	PE2	PE3	PE4	PE5	Tingkat Pemahaman
PT1	Pearson	.363**	.259*	.242*	.162	.134	.342**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.000	.013	.020	.123	.204	.001
N		92	92	92	92	92	92
PT2	Pearson	.060	.012	.010	.139	.308**	.283**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.572	.912	.923	.186	.003	.006

	N	92	92	92	92	92	92
PT3	Pearson	.215*	.171	.224*	.167	.082	.330**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.040	.103	.032	.112	.436	.001
	N	92	92	92	92	92	92
PT4	Pearson	.530**	.505**	.130	.389**	1.000**	.692**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.216	.000	.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92
PT5	Pearson	.152	.132	.435**	.157	.161	.473**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.147	.208	.000	.136	.125	.000
	N	92	92	92	92	92	92
PP1	Pearson	.530**	.505**	.130	.389**	1.000**	.692**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.216	.000	.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92
PP2	Pearson	.235*	.339**	.477**	.224*	.146	.506**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.024	.001	.000	.032	.166	.000
	N	92	92	92	92	92	92
PP3	Pearson	.283**	.177	.479**	.425**	.207*	.588**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.006	.092	.000	.000	.048	.000
	N	92	92	92	92	92	92
PP4	Pearson	.188	.238*	.346**	.339**	.084	.421**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.073	.022	.001	.001	.424	.000
	N	92	92	92	92	92	92
PP5	Pearson	.269**	.298**	.139	.380**	-.106	.325**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.010	.004	.186	.000	.315	.002
	N	92	92	92	92	92	92
PE1	Pearson	1	.719**	.324**	.555**	.530**	.740**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)		.000	.002	.000	.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92

PE2	Pearson	.719**	1	.213*	.521**	.505**	.700**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.000		.041	.000	.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92
PE3	Pearson	.324**	.213*	1	.257*	.130	.572**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.002	.041		.013	.216	.000
	N	92	92	92	92	92	92
PE4	Pearson	.555**	.521**	.257*	1	.389**	.688**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.013		.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92
PE5	Pearson	.530**	.505**	.130	.389**	1	.692**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.216	.000		.000
	N	92	92	92	92	92	92
Tingkat Pemahaman	Pearson	.740**	.700**	.572**	.688**	.692**	1
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji Validitas Minat Berwirausha NFT

Correlations

		MB1.1	MB1.2	MB2.1	MB2.2	MB3.1	MB3.2	MB4.1	MB4.2	MB5.1
MB1.1	Pearson	1	.738**	.568**	.544**	.626**	.549**	.477**	.597**	.505**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92
MB1.2	Pearson	.738**	1	.642**	.380**	.620**	.448**	.532**	.590**	.503**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92
MB2.1	Pearson	.568**	.642**	1	.445**	.503**	.429**	.554**	.493**	.508**
	Correlation									

	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92
MB2.2	Pearson Correlation	.544**	.380**	.445**	1	.456**	.508**	.388**	.463**	.468**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92
MB3.1	Pearson Correlation	.626**	.620**	.503**	.456**	1	.475**	.614**	.564**	.574**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92
MB3.2	Pearson Correlation	.549**	.448**	.429**	.508**	.475**	1	.232*	.443**	.410**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.026	.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92
MB4.1	Pearson Correlation	.477**	.532**	.554**	.388**	.614**	.232*	1	.542**	.532**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.026		.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92
MB4.2	Pearson Correlation	.597**	.590**	.493**	.463**	.564**	.443**	.542**	1	.523**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92
MB5.1	Pearson Correlation	.505**	.503**	.508**	.468**	.574**	.410**	.532**	.523**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92
MB5.2	Pearson Correlation	.572**	.561**	.590**	.603**	.481**	.591**	.440**	.565**	.623**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92
MB6.1	Pearson Correlation	.524**	.554**	.391**	.417**	.360**	.266*	.510**	.515**	.442**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.010	.000	.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92
MB6.2	Pearson Correlation	.587**	.435**	.401**	.461**	.382**	.364**	.419**	.511**	.468**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92

MB7.1	Pearson	-.037	-.100	-.122	.126	-.018	.225*	-.125	.065	.083
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.723	.341	.247	.231	.862	.031	.237	.538	.430
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92
MB7.2	Pearson	.068	-.055	-.015	.238*	.049	.255*	-.061	.134	.129
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.517	.604	.885	.022	.642	.014	.561	.202	.222
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92
Minat Berwirausaha	Pearson	.797**	.741**	.685**	.705**	.725**	.685**	.644**	.757**	.730**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92

		Correlations					Minat Berwirausaha
		MB5.2	MB6.1	MB6.2	MB7.1	MB7.2	
MB1.1	Pearson	.572**	.524**	.587**	-.037	.068	.797**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.723	.517	.000
	N	92	92	92	92	92	92
MB1.2	Pearson	.561**	.554**	.435**	-.100	-.055	.741**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.341	.604	.000
	N	92	92	92	92	92	92
MB2.1	Pearson	.590**	.391**	.401**	-.122	-.015	.685**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.247	.885	.000
	N	92	92	92	92	92	92
MB2.2	Pearson	.603**	.417**	.461**	.126	.238*	.705**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.231	.022	.000
	N	92	92	92	92	92	92
MB3.1	Pearson	.481**	.360**	.382**	-.018	.049	.725**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.862	.642	.000
	N	92	92	92	92	92	92
MB3.2	Pearson	.591**	.266*	.364**	.225*	.255*	.685**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.000	.010	.000	.031	.014	.000

	N	92	92	92	92	92	92
MB4.1	Pearson Correlation	.440**	.510**	.419**	-.125	-.061	.644**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.237	.561	.000
	N	92	92	92	92	92	92
MB4.2	Pearson Correlation	.565**	.515**	.511**	.065	.134	.757**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.538	.202	.000
	N	92	92	92	92	92	92
MB5.1	Pearson Correlation	.623**	.442**	.468**	.083	.129	.730**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.430	.222	.000
	N	92	92	92	92	92	92
MB5.2	Pearson Correlation	1	.420**	.432**	.066	.154	.774**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.533	.144	.000
	N	92	92	92	92	92	92
MB6.1	Pearson Correlation	.420**	1	.593**	-.096	-.027	.626**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.360	.797	.000
	N	92	92	92	92	92	92
MB6.2	Pearson Correlation	.432**	.593**	1	.127	.281**	.697**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.229	.007	.000
	N	92	92	92	92	92	92
MB7.1	Pearson Correlation	.066	-.096	.127	1	.894**	.253*
	Sig. (2-tailed)	.533	.360	.229		.000	.015
	N	92	92	92	92	92	92
MB7.2	Pearson Correlation	.154	-.027	.281**	.894**	1	.357**
	Sig. (2-tailed)	.144	.797	.007	.000		.000
	N	92	92	92	92	92	92
Minat Berwirausaha	Pearson Correlation	.774**	.626**	.697**	.253*	.357**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.015	.000	
	N	92	92	92	92	92	92

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Uji Reliabilitas Variabel Tingkat Pemahaman Fenomena Ghozali Everyday

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.831	15

Uji Reliabilitas Variabel Minat Berwirausaha NFT

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.894	14

Uji Korelasi

Correlations

		Tingkat Pemahaman	Minat Berwirausaha
Tingkat Pemahaman	Pearson Correlation	1	.596**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	92	92
Minat Berwirausaha	Pearson Correlation	.596**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	92	92

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji Regresi

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Tingkat Pemahaman ^b		Enter

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.596 ^a	.355	.348	7.061

a. Predictors: (Constant), Tingkat Pemahaman

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2471.402	1	2471.402	49.574	.000 ^b
	Residual	4486.718	90	49.852		
	Total	6958.120	91			

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

b. Predictors: (Constant), Tingkat Pemahaman

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	31.159	1.914		16.281	.000
	Tingkat Pemahaman	1.367	.194	.596	7.041	.000

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha