

Pengaruh Persepsi Mahasiswa Tentang Koperasi Terhadap Minat Berkoperasi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi

Endah Aisah Eka Yuni Artin

e-mail: endah.18020@mhs.unesa.ac.id

Putri Ulfa Kamalia

e-mail: putrikamalia@unesa.ac.id

(Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Negeri Surabaya)

Abstrak : Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi mahasiswa tentang koperasi terhadap minat berkoperasi mahasiswa pendidikan ekonomi. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif kausal, dengan responden sebanyak 79 mahasiswa. Teknik pengumpulan data dengan menyebarkan link google form secara online. Instrument penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah angket (kuesioner). Metode analisis data yang digunakan adalah regresi linier sederhana. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi mahasiswa tentang koperasi berpengaruh positif terhadap minat berkoperasi mahasiswa. Hal yang dapat dilakukan untuk meningkatkan minat mahasiswa pendidikan ekonomi dalam berkoperasi antara lain pemberian tugas berbasis proyek, program magang mahasiswa di koperasi, menciptakan suasana lingkungan kekeluargaan pada koperasi, menciptakan inovasi terhadap produk yang ditawarkan dan perlunya erbaikan peningkatan pengelolaan koperasi. Sehingga dengan adanya langkah-langkah tersebut minat berkoperasi mahasiswa pendidikan ekonomi akan meningkat.

Kata kunci – Persepsi tentang koperasi, Minat berkoperasi

Abstract : This research aims to determine the influence of student perceptions about cooperatives on economic education students' interest in cooperatives. This research is a causal quantitative research, with 79 students as respondents. Data collection technique by distributing Google form links online. The research instrument used in this research was a questionnaire. The data analysis method used is simple linear regression. The results of this research show that students' perceptions of cooperatives have a positive influence on students' interest in cooperatives. Things that can be done to increase economic education students' interest in cooperatives include providing project-based assignments, student internship programs in cooperatives, creating a family atmosphere in cooperatives, creating innovation in the products offered and the need to improve cooperative management. So with these steps, economic education students' interest in cooperatives will increase.

Keywords – Perceptions about cooperatives, Interest in cooperatives

PENDAHULUAN

Koperasi memiliki peran penting dalam pemerataan pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Peran koperasi mahasiswa terdapat perkembangan koperasi cukup signifikan karena mahasiswa merupakan bagian dari generasi emas bangsa yang ikut serta dalam memajukan koperasi khususnya dengan memanfaatkan segala potensi yang dimiliki dalam setiap diri. Dalam hal ini, perlunya perubahan pola pikir mahasiswa yang beranggapan bahwa koperasi hanya sebagai tempat untuk melakukan simpan pinjam saja, melainkan dapat digunakan sebagai pusat perkembangan ekonomi.

Modernisasi koperasi perlu dilakukan dengan segera agar koperasi dapat bekerjasama untuk berkembang menjadi lebih baik lagi.

Keberhasilan dari koperasi mahasiswa dapat dilihat dari seberapa besar minat mahasiswa yang aktif dan ikut bergabung dengan koperasi mahasiswa Universitas Negeri Surabaya. Dalam hal ini, minat merupakan keinginan tinggi yang ditunjukkan dengan perasaan senang dan memiliki keinginan untuk berperan langsung dalam kegiatan tersebut (Pratama & Widiyanto, 2019). Sedangkan minat berkoperasi menurut (Hidayah et al., 2017) merupakan bentuk keinginan untuk memperhatikan dan bertindak pada kegiatan koperasi dengan rasa senang dan gembira tanpa adanya paksaan menjadi anggota koperasi. Minat yang ada pada diri mahasiswa terhadap koperasi akan mempengaruhi ketertarikan mahasiswa untuk bergabung pada organisasi koperasi. Dengan terlibatnya mahasiswa di dalam koperasi, diharapkan mampu memberikan kemajuan besar untuk koperasi dan diri mahasiswa itu sendiri. Koperasi mahasiswa diharapkan mampu menjadi wadah bagi mahasiswa untuk menjadikan koperasi di Indonesia menjadi lebih baik lagi dalam hal perkembangan bersaing dengan badan usaha lain.

Beberapa studi yang dilakukan oleh (Hidayah et al., 2017), (Zulfanedhi, 2016), (Yanti, 2020), (Sholihah, 2021) menunjukkan bahwa anggota koperasi akan berpartisipasi aktif apabila anggota tersebut mempunyai pengetahuan mengenai perkoperasian. Pengetahuan mengenai koperasi diperoleh dari proses pendidikan. Setiap tahun dalam satu periodisasi kepengurusan koperasi mengadakan minimal pendidikan dasar yang menjadi syarat wajib untuk menjadi anggota koperasi, kemudian dapat dilanjutkan dengan pendidikan menengah dan lanjut. Selain pendidikan perkoperasian yang dilakukan oleh koperasi mahasiswa, terdapat pendidikan formal dari program studi tertentu yang memasukkan materi tentang manajemen koperasi.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan di Koperasi Mahasiswa Unesa, mahasiswa prodi pendidikan ekonomi angkatan 2022 yang menjadi anggota Kopma Unesa sebanyak 11 orang dari total mahasiswa sejumlah 79 orang. Persentase tersebut relatif sangat kecil jika dibandingkan dengan jumlah keseluruhan mahasiswa prodi pendidikan ekonomi angkatan 2022. Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Zulfanedhi, 2016) juga menunjukkan hasil yang sama bahwa mahasiswa pendidikan ekonomi memiliki minat untuk menjadi anggota kopma cukup rendah dibandingkan dengan jurusan lain yang tidak memperoleh mata kuliah perekonomian Indonesia. Jika dilihat dari latar belakang mahasiswa Pendidikan Ekonomi yang pada umumnya telah mendapatkan perkuliahan ekonomi koperasi, seyogyanya memiliki minat berkoperasi yang lebih besar dibandingkan dengan mahasiswa dari jurusan lain yang tidak mengikuti perkuliahan ekonomi koperasi. Perkembangan Kopma dipengaruhi oleh seberapa besar minat mahasiswa untuk bergabung menjadi anggota koperasi. Penelitian yang sama juga dilakukan oleh (Kamalia et al., 2023) menunjukkan bahwa hanya terdapat 6 mahasiswa dari total 81 mahasiswa yang menjadi anggota kopma UNESA. Terdapat beberapa hal yang dapat dilakukan guna meningkatkan minat mahasiswa pendidikan ekonomi antara lain menyusun rencana perkuliahan berbasis proyek, program magang mahasiswa di koperasi, menciptakan lingkungan kekeluargaan dalam koperasi, membuat inovasi mengenai produk yang ditawarkan serta diperlukan peningkatan pengelolaan koperasi.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia minat merupakan kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu hal. Sedangkan minat menjadi anggota koperasi dapat diartikan sebagai suatu keadaan berupa kecenderungan atau dorongan untuk melakukan tindakan dan perhatian terhadap kegiatan yang dilakukan oleh koperasi yang disertai rasa senang dan tanpa adanya paksaan untuk bergabung menjadi anggota koperasi (Hidayah et al., 2017). Menurut (Putri & Kusmuriyanto, 2017) minat adalah penerimaan terhadap suatu hubungan antara diri sendiri dengan keadaan diluar diri. Semakin kuat hubungan dengan keadaan luar maka semakin besar pula minat seseorang. Seseorang yang memiliki minat besar terhadap sesuatu maka akan memusatkan perhatiannya lebih banyak dibandingkan dengan yang lainnya. Terdapat beberapa faktor yang diduga mempengaruhi minat mahasiswa untuk menjadi anggota Kopma salah satunya adalah persepsi tentang koperasi yang tergolong kurang baik.

Menurut (Sutrisman, 2019) Persepsi merupakan suatu proses penilaian seseorang terhadap suatu objek tertentu yang dimulai dari penglihatan hingga memunculkan suatu tanggapan dari diri individu tersebut. Menurut (Supratman & Mahadian, 2016) Persepsi adalah pengalaman seseorang terhadap suatu objek dalam memahami lingkungannya sehingga akan menentukan perilaku yang akan dilakukan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Persepsi tentang koperasi merupakan anggapan seseorang tentang seberapa penting tidaknya adanya suatu koperasi bagi mereka.

Penelitian yang dilakukan (Sholihah, 2021) dengan judul Persepsi dan Minat Generasi Milenial Untuk Menjadi Anggota Koperasi menunjukkan bahwa minat milenial untuk menjadi anggota koperasi sangat rendah. Hal ini terbentuk dari persepsi mereka yang menilai koperasi sebagai organisasi yang tua, jadul, dan tidak modern. Persepsi responden mengenai ideologi koperasi dan bagaimana keberlanjutan koperasi di masa depan mendapat hasil positif, artinya peluang koperasi memenangkan hati milenial cukup besar. Sehingga perlu dilakukan pembenahan sistem, pembaruan citra koperasi menjadi lebih modern, dan penyesuaian model bisnis koperasi dengan citra diri milenial itu sendiri. Adapun tujuan dalam penelitian berdasarkan uraian diatas yaitu untuk mengetahui Pengaruh persepsi tentang koperasi terhadap minat berkoperasi mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Surabaya.

TINJAUAN PUSTAKA

Menurut (Sutrisman, 2019) Persepsi merupakan suatu proses penilaian seseorang terhadap suatu objek tertentu yang dimulai dari penglihatan hingga memunculkan suatu tanggapan dari diri individu tersebut. Menurut (Supratman & Mahadian, 2016) Persepsi adalah pengalaman seseorang terhadap suatu objek dalam memahami lingkungannya sehingga akan menentukan perilaku yang akan dilakukan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Persepsi tentang koperasi merupakan anggapan seseorang tentang seberapa penting tidaknya adanya suatu koperasi bagi mereka. Menurut (Subakti et al., 2018) persepsi merupakan suatu proses seorang individu untuk mengorganisasi dan menginterpretasi kesan sensorik mereka untuk memberi arti pada lingkungan sekitar. Jika seseorang memiliki motivasi maka orang tersebut akan siap untuk bertindak. Tindakan yang dilakukan merupakan salah satu bentuk dari pengaruh persepsi dalam situasi yang dihadapinya. Menurut (Sholihah, 2021) persepsi adalah proses yang dilakukan oleh individu dalam memilih dan menginterpretasikan paparan informasi yang diterima oleh indera dan memberikan makna atau arti tertentu bagi mereka. Maka dapat disimpulkan bahwa persepsi mahasiswa terhadap koperasi adalah proses masuknya informasi mengenai koperasi yang masuk kedalam otak melalui alat indera dan diinterpretasikan sebagai bentuk reaksi terhadap koperasi.

Minat merupakan keinginan tinggi yang ditunjukkan dengan perasaan senang dan memiliki keinginan untuk berperan langsung dalam kegiatan tersebut (Pratama & Widiyanto, 2019). Sedangkan minat berkoperasi menurut (Hidayah et al., 2017) merupakan bentuk kecenderungan untuk memperhatikan dan bertindak dalam kegiatan koperasi dengan rasa senang dan gembira tanpa adanya paksaan menjadi anggota koperasi. Minat adalah kecenderungan dan kegairahan yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu (Muhibbin dalam Suasana et al., 2019). Dengan adanya minat maka seseorang akan dapat menentukan sikap untuk melakukan pekerjaan secara sadar yang kemudian diikuti dengan rasa senang dalam melakukannya. Ketika mahasiswa memiliki minat yang tinggi terhadap koperasi maka mereka cenderung akan melakukan kegiatan yang berhubungan dengan perkoperasian. Mahasiswa yang memiliki ketertarikan kepada objek yaitu koperasi mahasiswa maka mereka akan memiliki minat untuk menjadi anggota Kopma. Minat mahasiswa untuk menjadi anggota Kopma merupakan bentuk usaha sadar untuk mengetahui keadaan objek yang diminati dan mengenal lebih dekat dengan objek tersebut. Mahasiswa yang menjadi anggota Kopma akan memiliki rasa ingin tahu yang lebih dekat dengan objek organisasi tersebut.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Zulfanedhi, 2016) dan (Umami & Maradani, 2020) menunjukkan hasil bahwa secara parsial persepsi mahasiswa tentang koperasi berpengaruh terhadap minat berkoperasi mahasiswa. Dapat diartikan bahwa ketika mahasiswa memiliki persepsi yang baik tentang koperasi maka akan memunculkan minat berkoperasi yang tinggi sebaliknya ketika mahasiswa memiliki persepsi yang buruk tentang koperasi akan membuat minat berkoperasi rendah. Hipotesis pada penelitian ini merujuk pada landasan teori yang telah dijabarkan pada pembahasan diatas adalah persepsi mahasiswa tentang koperasi berpengaruh simultan terhadap minat berkoperasi mahasiswa. Berdasarkan penelitian yang dilakukan (Kamalia, 2022) terdapat 3 cara yang dapat dilakukan dalam meningkatkan partisipasi anggota kopma yaitu memberikan wawasan kooperatif kepada pengurus kopma UNESA mengenai konsep manajemen pemasaran pada koperasi, meningkatkan kualitas layanan pemasaran pada kopma UNESA dan memperbaiki kelemahan pemasaran kopma UNESA melalui pemasaran kooperatif.

METODE

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif kausal. Hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat, sehingga terhadap variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan dependen (dipengaruhi). Jenis data dalam penelitian ini adalah jenis data kuantitatif. Sumber data kuantitatif diperoleh dengan menyebarkan kuesioner atau angket kepada responden (Sugiyono, 2023). Penelitian ini menggunakan sumber data primer. Sumber data primer penelitian berupa hasil jawaban responden yang diukur dengan instrumen penelitian berupa pertanyaan tertutup (angket). Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa prodi Pendidikan Ekonomi FEB UNESA angkatan 2022 sebanyak 79 mahasiswa. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *simple random sampling* sehingga memberi peluang seluruh populasi untuk menjadi anggota sampel. Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner / angket dan merupakan kuesioner tertutup sehingga responden hanya dapat memilih jawaban yang disediakan. Skala pengukuran menggunakan *skala Likert*.

PEMBAHASAN

Pada variabel persepsi mahasiswa tentang koperasi terdapat 12 butir pernyataan. Dari hasil analisis data yang diperoleh didapatkan nilai minimum yaitu 28, nilai maksimum yaitu 52, rata-rata sebesar 36, median sebesar 36, modus sebesar 36 dan *standart deviasi* sebesar 3,80. Pada variabel minat berkoperasi mahasiswa terdapat 8 pernyataan. Dari hasil analisis data yang diperoleh didapatkan nilai minimum yaitu 15, nilai maksimum yaitu 39, rata-rata sebesar 27, median sebesar 27, modus sebesar 25 dan *standart deviasi* sebesar 4,20.

Berdasarkan hasil uji asumsi klasik yang dilakukan diketahui bahwa hasil uji normalitas (Asymp.Sig. (2-tailed) sebesar $0,200 > 0,05$ maka nilai residual terdistribusi secara normal, Uji linearitas pada Deviation from Linearity sebesar $0,010 > 0,05$ maka tidak ada hubungan yang linier antara variabel minat berkoperasi mahasiswa dan persepsi mahasiswa tentang koperasi, Uji heteroskedastisitas glejser didapatkan nilai signifikansi variabel lebih dari 0,05. Nilai signifikansi variabel Persepsi Mahasiswa tentang Koperasi sebesar 0,683. Dengan demikian tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model.

Tabel 1 : Hasil Persamaan Regresi Linear Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	21.343	4.545		4.696	<.001
Persepsi Mahasiswa tentang Koperasi	.167	.124	.151	1.344	.183

a. Dependent Variable : Minat Berkoperasi Mahasiswa

Sumber : Data diolah Peneliti (2024)

Pada tabel 1 menjelaskan bahwa nilai Standardized beta Persepsi Mahasiswa tentang Koperasi (X) sebesar 0,151 dan signifikansi sebesar 0,183 < 0,05 yang berarti Persepsi Mahasiswa tentang Koperasi (X) mempengaruhi Minat Berkoperasi Mahasiswa (Y) secara signifikan. Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh bahwa nilai t hitung= 4,696 > 1,991 = t table, dan sig = 0,183 < 5% jadi Ho ditolak. Sehingga variabel persepsi mahasiswa tentang koperasi berpengaruh signifikan terhadap variabel minat berkoperasi mahasiswa pendidikan ekonomi angkatan 2022. Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan nilai R Square sebesar 0,023. Nilai ini menyatakan bahwa pengaruh variabel X (persepsi mahasiswa tentang koperasi) secara simultan terhadap variabel Y (minat berkoperasi mahasiswa) adalah sebesar 2,3 % dan sisanya 97,7% dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel penelitian.

Berdasarkan jawaban responden dalam penelitian yang diolah menggunakan SPSS menunjukan bahwa persepsi mahasiswa tentang koperasi terhadap minat berkoperasi mahasiswa terlihat pengaruh yang bersifat positif. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji hipotesis dengan angka t-hitung 4,696 > t-tabel sebesar 1,995, dan nilai sig. sebesar 0,185 < 5% sehingga dapat disimpulkan Ho ditolak. Maka jika persepsi mahasiswa tentang koperasi meningkat maka minat berkoperasi mahasiswa juga akan meningkat. Sebaliknya jika persepsi mahasiswa tentang koperasi rendah maka semakin rendah minat mahasiswa pendidikan ekonomi menjadi anggota Kopma UNESA.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Zulfanedhi, 2016) yaitu persepsi tentang koperasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa menjadi anggota kopma. Sehingga saat persepsi tentang koperasi baik maka akan berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa menjadi anggota kopma. Dari hasil penelitian yang dilakukan pada mahasiswa pendidikan ekonomi angkatan 2022, persepsi mahasiswa tentang koperasi tergolong sedang dengan nilai 86%. Sehingga diharapkan berpengaruh secara positif terhadap minat berkoperasi mahasiswa. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada uji t dapat dilihat di tabel 6, didapatkan nilai t hitung= 4,696 > 1,991 = t table, dan sig = 0,183 < 5% jadi Ho ditolak. Sehingga variabel persepsi mahasiswa tentang koperasi berpengaruh signifikan terhadap variabel minat berkoperasi mahasiswa pendidikan ekonomi angkatan 2022.

Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Yanti, 2020) menunjukan bahwa variabel Persepsi koperasi memiliki thitung 0,665 < nilai ttabel 1,995 dan nilai sig 0,509 > 0,05 hasil ini menunjukan bahwa variabel persepsi koperasi secara parsial tidak mempengaruhi minat berkoperasi. Namun terdapat dua faktor lain yang terbukti berpengaruh signifikan terhadap minat berkoperasi yaitu pendidikan dan pelatihan dasar serta motivasi berkoperasi.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada uji determinasi menunjukan bahwa nilai R² sebesar 0,023 (2,3%) dimana variabel bebas persepsi mahasiswa tentang koperasi mempengaruhi minat berkoperasi . dan sisanya 97,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian. Variabel lain yang dapat mempengaruhi minat berkoperasi mahasiswa selain persepsi

mahasiswa tentang koperasi antara lain yaitu pengetahuan tentang koperasi, kualitas layanan, motivasi berkoperasi. Hal ini sejalan dengan penelitian dilakukan oleh (Hidayah et al., 2017) menunjukkan bahwa R^2 dimana variabel bebas pengetahuan tentang koperasi, kualitas layanan dan motivasi berkoperasi mampu memberikan kontribusi sebesar 58,6% terhadap variabel terikat minat menjadi anggota kopma. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Umami & Maradani, 2020) menunjukkan bahwa persepsi tentang koperasi berpengaruh terhadap minat berkoperasi mahasiswa dengan nilai determinasi sebesar 0,538 (53,8%) dimana perubahan pada variabel Y dipengaruhi oleh perubahan variabel Persepsi tentang koperasi (X1) dan pengetahuan perkoperasian (X2). Sedangkan sisanya sebesar 46,2% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang sudah dilakukan peneliti disimpulkan bahwa distribusi tingkat persepsi mahasiswa tentang koperasi dapat dikategorikan sedang dengan nilai sebesar 86% dan distribusi tingkat minat berkoperasi mahasiswa dikategorikan sedang dengan nilai sebesar 84%. Persepsi mahasiswa tentang koperasi menunjukkan pengaruh secara parsial dan signifikan terhadap minat berkoperasi mahasiswa pendidikan ekonomi FEB UNESA angkatan 2022 yang bernilai positif. Dengan adanya persepsi mahasiswa tentang koperasi yang tinggi maka diharapkan pula minat berkoperasi mahasiswa juga akan meningkat. Saat persepsi mahasiswa tentang koperasi tinggi maka minat berkoperasi mahasiswa juga akan tinggi pula.

Berdasarkan pembahasan dari hasil analisis data terdapat beberapa saran yaitu hasil persentase mahasiswa yang menjadi anggota kopma perlu ditingkatkan karena dari penelitian yang telah dilakukan hanya terdapat 11 mahasiswa yang telah bergabung menjadi anggota kopma UNESA dari total responden sebanyak 79 mahasiswa. Dengan jumlah responden yang dapat dikategorikan sedikit diharapkan untuk penelitian selanjutnya responden yang digunakan lebih banyak agar persentase pengaruh yang didapatkan juga lebih besar. Dalam hal ini mahasiswa juga perlu mengenal lebih dalam keberadaan Kopma serta mencari informasi yang lebih tentang koperasi agar Kopma dapat lebih maju. Selain mahasiswa yang ikut terlibat, Kopma UNESA juga perlu melakukan penelitian yang lebih lanjut untuk mengetahui faktor lain yang menjadi faktor pendorong minat berkoperasi mahasiswa menjadi anggota Kopma.

DAFTAR PUSTAKA

- Hidayah, K., Hariani, L. S., & Firdaus, R. M. (2017). Pengaruh pengetahuan tentang koperasi, kualitas layanan, dan motivasi berkoperasi, terhadap minat menjadi anggota koperasi mahasiswa universitas kanjuruhan malang. *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi (JRPE)*, 2(2), 1–7.
- Kamalia, P. U. (2022). *International Journal of Global Accounting , Management , Education , and THE IMPORTANCE OF COOPERATIVE MANAGEMENT TO INCREASE COVID-19 PANDEMIC This study aims to analyze ways that can be done in increasing the participation of student cooperative member.* 2(2).
- Kamalia, P. U., Sakti, N. C., & Wulandari, W. (2023). Analysis of Cooperative Knowledge, Cooperative Motivation and Cooperative Image on Economic Education Students' Interest in Cooperatives. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 10(12), 84. <https://doi.org/10.18415/ijmmu.v10i12.5200>
- Pratama, D. S., & Widiyanto, W. (2019). Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Koperasi 2015 Menjadi Anggota Koperasi. *Economic Education Analysis Journal*, 7(3), 939–944. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v7i3.28323>
- Putri, A. L. D., & Kusmuriyanto. (2017). Determinan minat melanjutkan pendidikan keperguruan tinggi siswa kelas xii ips sma negeri 1 Wirosari kabupaten grobogan tahun ajaran 2017/2018.

- Economic Education Analysis Journal*, 6(3), 656–668. <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/eeaj>
- Sholihah, D. R. (2021). PERSEPSI DAN MINAT GENERASI MILENIAL UNTUK MENJADI ANGGOTA KOPERASI. *Upajitwa Dewantara*, 5(2).
- Suasana, I. G. A. K. G., Suarjaya, A. A. G., & Dana, I. M. (2019). Pengembangan Kinerja Organisasi: Menggali Minat Untuk Menjadi Anggota Koperasi Mahasiswa Di Universitas Udayana Bali. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 2(2), 299–314. <https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v2i2.92>
- Subakti, G. A., Tenironama, D., & Yuniarso, A. (2018). Analisis Persepsi Konsumen (Studi Kasus Molecular Mixology di Loewy, Jakarta). *Analisis Persepsi Konsumen (Studi Kasus Molecular Mixology Di Loewy, Jakarta)*, 8(1), 31–38.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Sutopo (ed.); 2nd ed.). ALFABETA.
- Supratman, L. P., & Mahadian, A. B. (2016). *Psikologi Komunikasi*. Deepublish.
- Sutrisman, D. (2019). *Pendidikan Politik, Persepsi, Kepemimpinan dan Mahasiswa*. Guepedia.
- Umami, N., & Maradani, T. (2020). Pengaruh Persepsi Tentang Koperasi Dan Pengetahuan Perkoperasian Terhadap Minat Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Menjadi Anggota Kopma "Amanah." *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, 4(1), 120–134. <https://doi.org/10.29408/jpek.v4i1.2222>
- Yanti, R. R. (2020). Pengaruh Persepsi Tentang Koperasi, Pendidikan dan Latihan Dasar serta Motivasi Berkoperasi Terhadap Minat Berkoperasi Mahasiswa. *Niagawan*, 9(3), 256. <https://doi.org/10.24114/niaga.v9i3.19984>
- Zulfanedhi, D. S. (2016). Pengaruh Pengetahuan Perkoperasian dan Persepsi Tentang Koperasi terhadap Minat Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Menjadi Anggota Kopma UNY. *Jurnal Pendidikan Dan Ekonomi*, 5(2), 158–165.