

**PENGARUH LINGKUNGAN KELUARGA, PENGETAHUAN  
KEWIRAUSAHAAN, EKSPEKTASI PENDAPATAN DAN E-  
COMMERCE TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA  
MAHASISWA AKUNTANSI**

**(Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Akuntansi  
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta)**

**SKRIPSI**



Disusun Oleh :

**AMID HAMDANI**

**142160016**

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”  
YOGYAKARTA  
2020**

**HALAMAN JUDUL**

**PENGARUH LINGKUNGAN KELUARGA, PENGETAHUAN  
KEWIRAUSAHAAN, EKSPEKTASI PENDAPATAN DAN *E-  
COMMERCE* TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA  
MAHASISWA AKUNTANSI**

**(Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Akuntansi  
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta)**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai syarat untuk menyelesaikan program Sarjana (S1)

Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”  
Yogyakarta

Disusun Oleh :

**AMID HAMDANI**

**142160016**

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”  
YOGYAKARTA**

**2020**

**HALAMAN BERITA ACARA**  
**PENGARUH LINGKUNGAN KELUARGA, PENGETAHUAN**  
**KEWIRAUSAHAAN, EKSPEKTASI PENDAPATAN DAN E-**  
**COMMERCE TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA**  
**MAHASISWA AKUNTANSI**

**(Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Akuntansi**  
**Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta)**

**SKRIPSI**

Disusun oleh :

**AMID HAMDANI**

**142160016**

Telah dipresentasikan di depan Dewan Penguji pada tanggal 07 Februari 2020 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan dalam memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Akuntansi

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Dr. Noto Pamungkas, M.Si.

Drs. ALP. Yuwidianoro, M.Si

Dosen Penguji I

Dosen Penguji II

Lita Yulita F. S.E., M.Si.Ak., CA

Dra. Sri Luna Murdianingrum, M.Si., CA

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH LINGKUNGAN KELUARGA, PENGETAHUAN  
KEWIRAUSAHAAN, EKSPEKTASI PENDAPATAN DAN E-  
COMMERCE TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA  
MAHASISWA AKUNTANSI

(Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Akuntansi  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta)



Dosen Pembimbing I

Dr. Noto Pamungkas, M.Si.  
NIP. 19591116 198803 1 001

Dosen Pembimbing II

Drs. ALP. Yuwidiartoro, M.Si  
NIP. 19570412 198503 1 001

Ketua Prodi Akuntansi

Dr. Hiras Pasaribu, M.Si., Ak., CA  
NIP. 19560606 199003 1 001

## **SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Amid Hamdani

No. Mhs : 142160016

Judul Skripsi : PENGARUH LINGKUNGAN KELUARGA, PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN, EKSPEKTASI PENDAPATAN DAN *E-COMMERCE* TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA AKUNTANSI (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta)

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul di atas adalah benar-benar asli karya tulis saya dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya ilmiah yang pernah saya ajukan oleh orang lain untuk gelar akademik di perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, dan tidak terdapat karya yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali yang secara tertulis dalam penelitian skripsi ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari dapat dibuktikan unsur-unsur plagiasi, maka saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan perundang undangan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Yogyakarta, 2020

Yang memberikan pernyataan,

Amid Hamdani

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan berkat dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan judul “Pengaruh Lingkungan Keluarga, Pengetahuan Kewirausahaan, Ekspektasi Pendapatan Dan *E-Commerce* Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Akuntansi (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta)”

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program Sarjana (S1) pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta.

Selama proses penyusunan skripsi ini penulis mendapatkan bimbingan, arahan, bantuan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan kali ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan berkat dan rahmat-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
2. Orang tua, yang telah memberikan dukungan baik moral maupun materil, kepercayaan, kesabaran, pengorbanan, serta doa dan kasih sayang kepada penulis.
3. Bapak Dr. Mohamad Irhas Effendi, MS, selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta.
4. Bapak Dr. Winarno, M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta.

5. Bapak Dr. Hiras Pasaribu, M.Si., Ak., CA., selaku Ketua Program Studi Akuntansi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta.
6. Bapak Dr. Noto Pamungkas, M.Si., selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu dan memberikan bimbingan serta arahan dengan penuh kesabaran sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
7. Drs. ALP. Yuwidianoro, M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang juga telah meluangkan waktu dan memberikan bimbingan serta arahan dengan penuh kesabaran sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
8. Lita Yulita F. S.E., M.Si.Ak selaku Dosen Penguji I dan Dra. Sri Luna Murdianingrum, M.Si selaku Dosen Penguji II, terima kasih telah meluangkan waktunya.
9. Drs. ALP. Yuwidianoro, M.Si selaku Dosen Wali yang telah membantu pelaksanaan perkuliahan akademik selama ini. Seluruh dosen pengajar, staf, serta karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta yang telah memberikan ilmu pengetahuan sebagai dasar penulis untuk dapat menyusun skripsi ini serta telah membantu dalam kegiatan perkuliahan selama ini.
10. Seluruh responden yang telah berpartisipasi dalam penelitian.
11. Semua pihak lain yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman. Oleh karena itu

penulis sangat mengharapkan adanya kritik dan saran yang bersifat membangun, untuk penulisan skripsi yang lebih baik lagi di masa mendatang. Dan penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi bagi semua pihak yang membutuhkan.

## **ABSTRACT**

*The Influence of Family Environment, Entrepreneurship Knowledge, Income Expectation and E-Commerce on Entrepreneurial Interest. The research conducted aims to determine the effect of family environment, entrepreneurship knowledge, income expectations and e-commerce on entrepreneurial interest. This study uses primary data using a questionnaire. The sampling method used is convenience sampling with 187 respondents. Respondents in this study were UPN Yogyakarta accounting students class of 2016. The results showed that the Family Environment, Entrepreneurship Knowledge, Income Expectations and E-Commerce affect the Entrepreneurial Interest.*

**Keywords:** *Entrepreneurial Interest, Family Environment, Entrepreneurship Knowledge, Revenue Expectation and E-Commerce*

## ABSTRAK

Pengaruh Lingkungan Keluarga, Pengetahuan Kewirausahaan, Ekspektasi Pendapatan Dan *E-Commerce* Terhadap Minat Berwirausaha. Penelitian yang dilakukan bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Lingkungan Keluarga, Pengetahuan Kewirausahaan, Ekspektasi Pendapatan Dan *E-Commerce* Terhadap Minat Berwirausaha. Penelitian ini menggunakan data primer dengan menggunakan kuisioner. Metode *sampling* yang digunakan yaitu *convenience sampling* dengan 187 responden. Responden dalam penelitian ini yaitu mahasiswa akuntansi UPN Yogyakarta angkatan 2016. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Lingkungan Keluarga, Pengetahuan Kewirausahaan, Ekspektasi Pendapatan Dan *E-Commerce* berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha.

**Kata Kunci:** *Minat Berwirausaha, Lingkungan Keluarga, Pengetahuan Kewirausahaan, Ekspektasi Pendapatan Dan E-Commerce*

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, oleh karena berkat dan rahmat-Nya, saya sebagai penulis berhasil menyelesaikan penelitian skripsi ini dengan judul “Pengaruh Lingkungan Keluarga, Pengetahuan Kewirausahaan, Ekspektasi Pendapatan Dan *E-Commerce* Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Akuntansi (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta)”

Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang terlibat dalam melakukan penelitian ini untuk setiap bimbingan, bantuan, semangat, dan doa yang diberikan sehingga penulis berhasil menyelesaikan penelitian skripsi ini. Ucapan terima kasih ini disampaikan kepada:

1. Orang tua, yang telah memberikan dukungan baik moral maupun materil, kepercayaan, kesabaran, pengorbanan, serta doa dan kasih sayang kepada penulis.
2. Teman-teman semua yang membantu saya dalam skripsi.
3. Bapak Dr. Noto Pamungkas, M.Si., selaku Dosen Pembimbing I dan Drs. ALP. Yuwidianoro, M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan memberikan bimbingan serta arahan dengan penuh kesabaran sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Lita Yulita F. S.E., M.Si.Ak selaku Dosen Penguji I dan Dra. Sri Luna Murdianingrum, M.Si selaku Dosen Penguji II, terima kasih telah meluangkan waktunya.

5. Keluarga Besar Akuntansi angkatan 2016, saya mengucapkan terima kasih atas kebaikan-kebaikan kalian untuk saya. Semoga Tuhan menyertai kita senantiasa.
6. Teman-teman RMC (ryan motor club) Tika, Asro, Falah, Ryan, Khusnul, Khilmah yang sudah memberikan semangat.
7. Teman-teman WABUSA FAMILY yang sudah memberikan semangat.
8. Ronaldo Ginting dan Fransisca Romana Andrea Sarira yang telah membantu penulis dalam pembuatan skripsi.
9. Teman-teman A-TEAM Andi dan Aji yang sudah memberikan semangat.

Skripsi ini saya harapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, bagi pengembangan penulis dan bagi para pembaca. Penulis menyadari bahwa hasil dari penelitian ini masih memiliki banyak kekurangan. Apabila terdapat kesalahan dalam penulisan, penulis meminta maaf sebesar-besarnya. Akhir kata, saya mengucapkan terima kasih atas semua pihak yang telah membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN BERITA ACARA .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
ABSTRAK .....	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Batasan Penelitian .....	10
1.5 Manfaat Penelitian .....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Tinjauan Pustaka .....	12
2.1.1 <i>Theory of Planned Behavior</i> .....	12
2.1.2 Kewirausahaan .....	15
2.1.3 Minat Berwirausaha .....	17
2.1.4 Lingkungan Keluarga .....	21
2.1.5 Pengetahuan Kewirausahaan.....	22
2.1.6 Ekspetasi Pendapatan .....	23
2.1.7 <i>E-commerce</i> .....	24
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	28
2.3 Kerangka Konseptual.....	33
2.4 Hipotesis Penelitian .....	33

2.4.1 Pengaruh Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha .....	33
2.4.2 Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha .....	35
2.4.3 Pengaruh Ekspetasi Pendapatan terhadap Minat Berwirausaha	36
2.4.4 Pengaruh <i>E-commerce</i> terhadap Minat Berwirausaha .....	37

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

3.1 Rancangan Penelitian .....	39
3.2 Populasi dan Sampel .....	39
3.3 Variabel Penelitian .....	40
3.3.1 Klasifikasi Variabel .....	40
3.3.2 Definisi Oprasional dan Pengukuran Variabel .....	41
3.3.2.1 Minat Berwirausaha .....	41
3.3.2.2 Lingkungan Keluarga (X1).....	42
3.3.2.3 Pengetahuan kewirausahaan (X2) .....	43
3.3.2.4 Ekspetasi Pendapatan (X3) .....	44
3.3.2.5 <i>E-commerce</i> (X4).....	44
3.4 Model dan Teknik Analisis Data .....	45
3.4.1 Analisis Deskriptif .....	46
3.4.2 Uji Instrumen Penelitian .....	47
3.5 Uji Hipotesis .....	48
3.5.1 Analisis Regresi Linier Berganda .....	48
3.4.2 Uji Koefisien Determinasi $R^2$ .....	49
3.5.3 Uji Signifikansi Simultan (Uji F) .....	49
3.5.4 Uji Secara Parsial ( Uji t).....	50

### **BAB IV ANALISIS HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1 Deskripsi Data Penelitian .....	51
4.2 Analisis Karakteristik Data Responden .....	51
4.2.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	51
4.2.2 Responden Berdasarkan Umur .....	52
4.2.3 Responden Berdasarkan Pengambilan Mata Kuliah Kewirausahaan .....	52
4.2.4 Responden Berdasarkan Kegiatan Kewirausahaan .....	53
4.2.5 Responden Berdasarkan Usaha yang Dilakukan .....	54
4.2.6 Responden Berdasarkan Pekerjaan Orang Tua .....	54
4.3 Analisis Deskriptif .....	55
4.3.1 Minat Berwirausaha (Y) .....	55

4.3.2	Lingkungan Keluarga (X1)	56
4.3.3	Pengetahuan Kewirausahaan (X2)	57
4.3.4	Ekspektasi Pendapatan (X3)	58
4.3.5	<i>E-commerce</i> (X4)	59
4.4	Uji Instrumen Penelitian	60
4.5.1	Uji Validitas	60
4.4.2	Uji Reliabilitas	62
4.5	Uji Hipotesis	63
4.5.1	Analisis Regresi Linier Berganda	63
4.5.2	Uji Koefisien Determinasi $R^2$	64
4.5.3	Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	65
4.5.4	Uji Secara Parsial (Uji t)	66
4.6	Pembahasan Hasil Penelitian	67
4.6.1	Pengaruh Lingkungan keluarga terhadap Minat Berwirausaha	67
4.6.2	Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha	69
4.6.3	Pengaruh Ekspektasi Pendapatan terhadap Minat Berwirausaha	71
4.6.4	Pengaruh <i>E-commerce</i> terhadap Minat Berwirausaha	72
<b>BAB V PENUTUP</b>		
5.1.	Kesimpulan	75
5.2.	Keterbatasan	75
5.3.	Saran	76
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>		77
<b>LAMPIRAN</b>		80

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	29
Tabel 4.1 Berdasarkan Jenis Kelamin .....	52
Tabel 4.2 Berdasarkan Umur.....	52
Tabel 4.3 Berdasarkan Pengambilan Mata Kuliah Kewirausahaan.....	53
Tabel 4.4 Berdasarkan Kegiatan Kewirausahaan .....	53
Tabel 4.5 Berdasarkan Usaha yang Dilakukan .....	54
Tabel 4.6 Berdasarkan Pekerjaan Orang Tua .....	54
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Variabel Minat Berwirausaha.....	55
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Variabel Lingkungan Keluarga .....	56
Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Variabel Pengetahuan Kewirausahaan...	57
Tabel 4.10 Distribusi Frekuensi Variabel Ekspektasi Pendapatan.....	58
Tabel 4.11 Distribusi Frekuensi Variabel <i>E-Commerce</i> .....	59
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Berwirausaha .....	61
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Variabel Lingkungan Keluarga.....	61
Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas Variabel Pengetahuan Kewirausahaan ....	61
Tabel 4.15 Hasil Uji Validitas Variabel Ekspetasi Pendapatan.....	62
Tabel 4.16 Hasil Uji Validitas Variabel <i>E-commerce</i> .....	62
Tabel 4.17 Hasil Uji Reliabilitas .....	63
Tabel 4.18 Analisis Regresi Linier Berganda .....	63
Table 4.19 Hasil Uji Koefisien Determinasi $R^2$ .....	64
Table 4.20 Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F) .....	65
Table 4.21 Hasil Uji Secara Parsial ( Uji t).....	66

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 2.1 Kerangka Konseptual .....</b>	<b>33</b>
---	-----------

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian .....</b>	<b>81</b>
<b>Lampiran 2. Tabulasi.....</b>	<b>86</b>
<b>Lampiran 3. Analisis Deskriptif.....</b>	<b>119</b>
<b>Lampiran 4. Uji Validasi .....</b>	<b>127</b>
<b>Lampiran 5. Uji Reliabilitas.....</b>	<b>131</b>
<b>Lampiran 6. Uji Hipotesis .....</b>	<b>1</b>

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Kekayaan Indonesia sangat melimpah, Indonesia kaya akan sumber daya alam maupun sumber daya manusia, hal ini dibuktikan dengan luas negara kita yang  $\frac{2}{3}$  wilayahnya adalah lautan, selain sebagai negara maritime, satu lagi anugerah terbesar yang ada di Indonesia adalah hutan, hutan di Indonesia menjadi paru-paru dunia. Selain kaya akan sumber daya alamnya Indonesia juga kaya akan sumber daya manusia.

Berdasarkan data *Worldometers* 28 April 2019, Indonesia saat ini memiliki jumlah penduduk sebanyak 269 juta jiwa atau 3,49% dari total populasi dunia. Indonesia berada di peringkat keempat negara berpenduduk terbanyak di dunia setelah Tiongkok (1,42 miliar jiwa), India (1,37 miliar jiwa), dan Amerika Serikat (328 juta jiwa). Sebanyak 56% atau 150 juta jiwa dari penduduk Indonesia adalah masyarakat urban. Jumlah penduduk Indonesia dari tahun ke tahun terus bertambah, dari 261,1 juta jiwa pada 2016 menjadi 263,9 juta jiwa pada 2017. Pada 2018, jumlah penduduk Indonesia mencapai 266,7 juta jiwa. Jumlah penduduk dunia saat ini mencapai 7,7 miliar jiwa. Jumlah kelahiran sejak awal tahun ini mencapai sekitar 45 juta jiwa, sedangkan penduduk yang meninggal sekitar 19 juta jiwa.

Besarnya jumlah penduduk akan memberikan manfaat bagi negara jika sumber daya manusia yang ada memiliki kualitas baik yang dapat memanfaatkan sumber daya alam yang melimpah dengan bijaksana, jika tidak maka yang terjadi hanya akan menimbulkan permasalahan yaitu seperti masalah pengangguran. Seiring dengan pertambahan jumlah penduduk dan perubahan era pada industrialisasi menimbulkan masalah baru. Masalah tersebut antara lain menipisnya lapangan pekerjaan dikarenakan jumlah penduduk yang meningkat namun tidak diimbangi dengan lapangan pekerjaan yang tidak memadai. Terlebih dengan adanya era Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) yang diberlakukan pada Januari 2016. Dengan diberlakukannya Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) maka barang dan jasa dari semua negara anggota ASEAN akan lebih bebas untuk masuk ke Indonesia. Begitu juga sebaliknya, ekspor barang dan jasa Indonesia ke negara-negara tersebut lebih bebas. Nantinya, kawasan perdagangan bebas ini akan diperluas ke Cina, Jepang dan Korea Selatan semakin menambah terdesaknya masyarakat Indonesia yang tergeser oleh tenaga asing yang bekerja di Indonesia.

Badan Pusat Statistik (BPS) belum lama merilis kondisi ketenagakerjaan Indonesia per Februari 2019. Data menunjukkan SD ke bawah mengalami penurunan 25% dari 3,5% menjadi 2,7%, SMP mengalami penurunan 6% dari 5,4 menjadi 5,0%, SMA mengalami penurunan 3,6% dari 7,0% menjadi 6,8%, SMK mengalami penurunan 6,9% dari 9,3% menjadi 8,3%, DIPLOMA I/II/III mengalami kenaikan 8,5% dari 6,4% menjadi 6,9%,

UNIVERSITAS mengalami kenaikan 25% dari 5,0% menjadi 6,2%, angka pengangguran turun menjadi 5,01 persen atau berkurang 50 ribu orang selama satu tahun terakhir. Tingkat pengangguran terbuka (TPT) per Februari 2019 berjumlah 6,82 juta orang. “Ada tren penurunan tingkat pengangguran terbuka sejak Februari 2016,” kata Kepala BPS Suhariyanto di Jakarta, Senin (6/5). Kendati secara agregat angka pengangguran menurun, tapi dilihat dari tingkat pendidikannya lulusan diploma dan universitas makin banyak yang tidak bekerja. Ada sejumlah faktor yang dinilai menyebabkan peningkatan pengangguran terdidik tersebut. Salah satunya, pendidikan rendah cenderung lebih menerima pekerjaan apa pun. Ini berbeda dengan mereka yang pendidikannya lebih tinggi. Hal ini mengindikasikan bahwa lulusan perguruan tinggi ikut menyumbang bertambahnya pengangguran di Indonesia. Oleh karena itu peran dari perguruan tinggi sangat diperlukan untuk dapat mengarahkan lulusannya agar mandiri dengan menciptakan lapangan pekerjaan sendiri tidak bergantung pada lapangan pekerjaan yang minim.

Liputan6.com, Jakarta - Wakil Presiden Jusuf Kalla mengatakan kesempatan untuk menjadi Pegawai Negeri Sipil (PNS) sangat kecil. Peluangnya hanya 3-4 persen dibandingkan lulusan sarjana yang ada. Karena itu, ia mendorong mahasiswa untuk berwirausaha ketimbang menjadi PNS. "Kesempatan menjadi PNS sangat kecil, untuk itu sekarang ada dua pilihan menjadi profesional atau menjadi pengusaha sendiri," katanya dalam kuliah umum di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta, Minggu

(4/11/2018). Kementerian Perdagangan (Kemendag) mendorong peningkatan jumlah wirausaha di Indonesia. Hingga saat ini, sektor kewirausahaan di Indonesia jauh tertinggal dibandingkan negara ASEAN lain. Kepala Biro Humas Kemendag Fajarini Puntodewi mengatakan, berdasarkan data *Entrepreneurship Global Index 2018*, indeks kewirausahaan di negara maju sebesar 14 persen. Sementara indeks kewirausahaan di Indonesia baru sebesar 3,1 persen, masih di bawah negara ASEAN lainnya yaitu Singapura, Malaysia, Thailand, dan Filipina. "Kewirausahaan secara langsung memiliki peran penting dalam menyumbang pertumbuhan ekonomi. Sehingga upaya mendorong terciptanya wirausaha baru perlu dilakukan," ujar dia di Jakarta, Rabu (17/7/2019).

Menurut data asosiasi pengguna Jasa internet (APJII), penggunaan sarana niaga elektronik untuk berdagang di luar Jawa baru mencapai 30 persen, masih jauh dibanding dominasi pengguna di Jawa yaitu sebesar 70 persen. Sehingga, potensi pengembangan usaha secara digital di luar Jawa masih cukup besar. Untuk mendorong pengembangan wirausaha di Indonesia, Kemendag bekerja sama dengan Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin Makassar mengadakan pelatihan pemasaran digital bagi mahasiswa inkubator bisnis. Tujuan kegiatan ini untuk mendorong jiwa kewirausahaan di kalangan mahasiswa agar dapat menjadi pengusaha mandiri selepas menyelesaikan bangku kuliah.

Wirausaha (*entrepreneur*) merupakan orang yang berjiwa berani mengambil risiko untuk membuka usaha dalam berbagai kesempatan.

Berjiwa berani mengambil risiko artinya bermental mandiri dan berani memulai usaha, tanpa diliputi rasa takut atau cemas sekalipun dalam kondisi tidak pasti (Kasmir, 2011). Menurut Hendro (2011) kewirausahaan merupakan suatu kemampuan untuk mengelola sesuatu yang ada dalam diri untuk ditingkatkan agar lebih optimal sehingga bisa meningkatkan taraf hidup dimasa mendatang.

Azwar (2013) menumbuhkan jiwa kewirausahaan mahasiswa perguruan tinggi merupakan alternatif untuk mengurangi tingkat pengangguran, karena sarjana diharapkan dapat menjadi wirausahawan muda terdidik yang mampu merintis usahanya sendiri agar dapat menjadi sumber daya bagi bangsa. Suhartini (2011) menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada mahasiswa dipercaya merupakan alternatif untuk mengurangi tingkat pengangguran, karena para sarjana diharapkan dapat menjadi wirausaha muda terdidik yang mampu merintis usahanya sendiri.

Menurut Cahyaning (2014) minat berwirausaha adalah keinginan dalam diri individu yang berjiwa berani menciptakan usaha agar meraih sukses untuk kehidupan yang lebih baik. Sedangkan Suryawan (2006) dalam Saputri (2019) mendefinisikan minat berwirausaha sebagai keinginan ketertarikan, serta kesediaan untuk bekerja keras atau berkemauan keras untuk berdikari atau berusaha memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa merasa takut dengan resiko yang akan terjadi serta senantiasa belajar dari kegagalan yang dialami.

Dalam melakukan kegiatan wirausaha banyak faktor-faktor yang sangat mempengaruhi minat berwirausaha pada mahasiswa. Adapun faktor yang berasal dari luar diri mahasiswa yang dapat mendorong mahasiswa untuk menjadi wirausahawan maupun faktor yang berasal dari dalam diri mahasiswa itu sendiri. Faktor tersebut diantaranya adalah faktor lingkungan keluarga, pengetahuan kewirausahaan, ekspektasi pendapatan, dan *e-commerce*.

Menurut Khairani (2014) lingkungan keluarga adalah lingkungan sebagai pendidikan utama yang pertama kali diterima oleh seorang anak karena dalam keluarga inilah anak pertama kali mendapatkan pendidikan dan bimbingan setelah mereka dilahirkan. Penelitian yang dilakukan oleh Noviantoro dan Rahmawati (2017), menyatakan bahwa variabel lingkungan keluarga berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa Akuntansi Universitas Negeri Yogyakarta. Namun penelitian dilakukan oleh Saputri (2019), yang menyatakan bahwa lingkungan keluarga tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha Alumni Program Studi Akuntansi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta.

Nursito dan Nugroho (2013) menyatakan bahwa pengetahuan kewirausahaan didefinisikan sebagai tingkat pengetahuan sebagai hasil belajar setelah mengikuti proses pendidikan kewirausahaan yang diperlukan untuk memulai dan menjalankan usaha. Penelitian yang dilakukan Noviantoro dan Rahmawati (2017), menyatakan bahwa variabel pengetahuan kewirausahaan berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa

Akuntansi Universitas Negeri Yogyakarta. Sejalan dengan penelitian Saputri (2019), yang menyatakan bahwa pengetahuan kewirausahaan berpengaruh terhadap minat berwirausaha Alumni Program Studi Akuntansi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta.

Menurut Adithama (2014) ekspektasi pendapatan merupakan harapan untuk memperoleh penghasilan lebih tinggi sehingga dengan ekspektasi pendapatan yang lebih tinggi maka akan semakin meningkatkan minat berwirausaha pada mahasiswa. Penelitian yang dilakukan Setiawan (2016), menyatakan bahwa variabel ekspektasi pendapatan berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa Akuntansi Universitas Negeri Yogyakarta. Namun berbeda dengan penelitian Saputri (2019), yang menyatakan bahwa ekspektasi pendapatan tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha Alumni Program Studi Akuntansi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta.

*E-commerce* menurut Kotler et al (2012) dalam Pramiswari dan Dharmadiaksa (2017) adalah penggunaan *website* untuk bertransaksi atau memfasilitasi penjualan produk dan jasa secara online dapat juga dijadikan alat untuk membeli dan menjual produk atau jasa melalui internet dengan menggunakan sistem komputer untuk meningkatkan efisiensi perusahaan secara keseluruhan. Penelitian yang dilakukan Sari dan Wibawa (2017), menyatakan bahwa variabel *e-commerce* berpengaruh terhadap minat berwirausaha Siswa SMK Negeri Ngaroho. Sejalan dengan penelitian

Yadewani dan Wijaya (2017), yang menyatakan bahwa *e-commerce* berpengaruh terhadap minat berwirausaha AMIK Jaya Nusa Padang.

Berdasarkan fenomena dan beberapa hasil penelitian sebelumnya terdapat penelitian yang tidak konsisten oleh karenanya dalam penelitian ini, peneliti mereplikasi penelitian terdahulu dengan menambah variabel independen *e-commerce*, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul **Pengaruh Lingkungan Keluarga, Pengetahuan Kewirausahaan, Ekspektasi Pendapatan dan *E-commerce* Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus pada Mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta).**

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut:

1. Apakah lingkungan keluarga berpengaruh terhadap minat berwirausaha pada Mahasiswa Angkatan 2016 Program Studi Akuntansi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta?
2. Apakah pengetahuan kewirausahaan berpengaruh terhadap minat berwirausaha pada Mahasiswa Angkatan 2016 Program Studi Akuntansi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta?

3. Apakah ekspektasi pendapatan berpengaruh terhadap minat berwirausaha pada Mahasiswa Angkatan 2016 Program Studi Akuntansi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta?
4. Apakah *E-commerce* berpengaruh terhadap minat berwirausaha pada Mahasiswa Angkatan 2016 Program Studi Akuntansi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah :

1. Menguji dan menemukan bukti empiris pengaruh lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha pada Mahasiswa Angkatan 2016 Program Studi Akuntansi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta.
2. Menguji dan menemukan bukti empiris pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha pada Mahasiswa Angkatan 2016 Program Studi Akuntansi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta.
3. Menguji dan menemukan bukti empiris pengaruh ekspektasi pendapatan terhadap minat berwirausaha pada Mahasiswa Angkatan 2016 Program Studi Akuntansi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta.

4. Menguji dan menemukan bukti empiris pengaruh *E-commerce* terhadap minat berwirausaha pada Mahasiswa Angkatan 2016 Program Studi Akuntansi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta.

#### **1.4 Batasan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas maka penelitian ini hanya meneliti pengaruh Lingkungan Keluarga, Pengetahuan Kewirausahaan, Ekspektasi Pendapatan dan *E-commerce* terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Angkatan 2016 Program Studi Akuntansi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

1. Kegunaan Teoritis
  - a. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan bukti secara empiris tentang pengaruh Lingkungan Keluarga, Pengetahuan Kewirausahaan, Ekspektasi Pendapatan, *E-commerce* terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Angkatan 2016 Program Studi Akuntansi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta.
  - b. Dari hasil penelitian ini nantinya diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran dalam pengembangan ilmu akademik dan dapat dijadikan referensi atau bukti tambahan untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang akan meneliti topik yang sama.

c. Dapat dijadikan acuan untuk mahasiswa akuntansi sebagai motivasi untuk berwirausaha.

2. Kegunaan praktis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan bagi mahasiswa akuntansi Angkatan 2016 yang akan lulus dalam memulai berwirausaha dan dapat digunakan sebagai bahan evaluasi bagi mahasiswa akuntansi sehingga dapat meningkatkan minat berwirausaha.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Tinjauan Pustaka**

##### **2.1.1 *Theory of Planned Behavior***

*Theory of Planned Behavior* (TPB) merupakan pengembangan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang telah dikemukakan oleh Fishbein dan Ajzen (1975) dalam Saputri (2019). *Theory of Planned Behavior* didasarkan pada asumsi bahwa manusia biasanya akan bertingkah laku sesuai dengan pertimbangan akal sehat, bahwa manusia akan mengambil informasi yang ada mengenai tingkah laku yang tersedia secara implisit atau eksplisit mempertimbangkan akibat dari tingkah laku tersebut. Manusia adalah makhluk sosial. Hal tersebut menunjukkan bahwa manusia hidup berdampingan dengan manusia lain. Seseorang akan membutuhkan orang lain dalam menjalankan kehidupannya. Perilaku yang ditunjukkan oleh seseorang juga akan mempengaruhi perilaku orang lain. Ajzen dan Fishbein menyempurnakan *Theory of Reasoned Action* (TRA) dan kemudian memberikan nama *Theory of Planned Behavior* (TPB). Teori ini menjelaskan mengenai perilaku yang dilakukan individu timbul karena adanya niat dari individu untuk berperilaku dan niat tersebut disebabkan oleh beberapa faktor internal dan eksternal dari individu. Sikap individu terhadap perilaku meliputi kepercayaan mengenai suatu perilaku, evaluasi terhadap hasil perilaku, norma subyektif,

kepercayaan normatif, dan motivasi untuk patuh. Teori ini didasarkan pada asumsi bahwa manusia adalah makhluk yang rasional yang akan memperhitungkan implikasi dari tindakan mereka sebelum mereka memutuskan untuk melakukan suatu perilaku yang akan mereka lakukan. *Theory of Planned Behavior* (TPB) menjelaskan bahwa niat individu untuk berperilaku ditentukan oleh tiga faktor, yaitu:

1. Sikap Terhadap Perilaku

Sikap merupakan suatu faktor dalam diri seseorang yang dipelajari untuk memberikan penilaian respon positif atau negatif terhadap suatu yang diberikan. Menurut Ajzen (2005) dalam Saputri (2019) sikap merupakan kecenderungan yang dipelajari untuk memberikan respon kepada objek secara konsisten baik dalam rasa suka maupun tidak suka. Sebagai contoh, apabila seseorang menganggap sesuatu bermanfaat bagi dirinya maka dia akan memberikan respon positif terhadapnya, sebaliknya jika sesuatu tersebut tidak bermanfaat maka dia akan memberikan respon negatif. Sikap bukanlah perilaku, namun sikap menghadirkan suatu kesiapsiagaan untuk tindakan yang mengarah pada perilaku. Sikap terhadap perilaku yang dianggapnya positif itu yang akan nantinya dipilih individu untuk berperilaku dalam kehidupannya. Oleh karena itu sikap merupakan suatu wahana dalam membimbing seorang individu untuk berperilaku.

## 2. Persepsi Kontrol Perilaku

Seseorang dapat bertindak berdasarkan intensi atau niatnya jika hanya memiliki kontrol terhadap perilakunya (Ajzen, 2005) dalam Saputri (2019). Dalam berperilaku seorang individu tidak dapat mengontrol sepenuhnya perilakunya dibawah kendali individu tersebut atau dalam suatu kondisi dapat sebaliknya dimana seorang individu dapat mengontrol perilakunya dibawah kendali individu tersebut. Pengendalian seorang individu terhadap perilakunya disebabkan oleh beberapa faktor, yaitu faktor internal dan juga faktor eksternal. Faktor internal berasal dari dalam diri individu tersebut seperti keterampilan, kemauan, informasi, pengetahuan dan lain-lain. Sedangkan faktor eksternal berasal dari lingkungan yang ada disekeliling individu tersebut. Persepsi terhadap kontrol perilaku adalah bagaimana seseorang mengerti bahwa perilaku yang ditunjukkannya merupakan hasil pengendalian yang dilakukan oleh dirinya.

## 3. Norma Subjektif

Norma subjektif merupakan persepsi seseorang tentang pemikiran orang lain yang akan mendukung atau tidak mendukungnya dalam melakukan sesuatu Ajzen (2005) dalam Saputri (2019). Mengacu pada tekanan sosial yang dihadapi oleh individu untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu. Norma subjektif berkaitan dengan keyakinan bahwa orang lain mendorong atau menghambat untuk melaksanakan

suatu perilaku tertentu. Seorang individu akan cenderung melakukan perilaku jika termotivasi oleh orang lain yang menyetujuinya untuk melakukan perilaku tersebut. Seorang individu akan melakukan suatu perilaku tertentu jika perilakunya dapat diterima oleh orang-orang yang dianggapnya penting dalam kehidupannya dapat menerima apa yang dilakukannya. Sehingga, *normative beliefs* menghasilkan kesadaran akan tekanan dari lingkungan sosial atau norma subjektif.

*Theory of Planned Behaviour* yang dikemukakan oleh Ajzen dan Fishbein (1975) dalam Saputri (2019). Mengenai perilaku yang spesifik dari dalam diri manusia. Teori tersebut menjelaskan bahwa suatu perilaku akan dilakukan jika seseorang pada dasarnya memiliki keinginan atau rencana melakukannya. Dengan kata lain, semakin kuat keinginan pada diri seseorang tersebut untuk melakukan sesuatu, maka akan semakin kuat pula niat atau motivasi untuk menampilkan suatu perilaku. Dapat disimpulkan bahwa jika seseorang memiliki niat yang kuat dalam melakukan sesuatu, maka orang tersebut tidak sengaja telah menciptakan sebuah niat atau motivasi untuk bisa melakukan kegiatan tersebut. Niat atau motivasi yang telah ada akan menunjukkan suatu perilaku untuk melakukan kegiatan tersebut.

### **2.1.2 Kewirausahaan**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) dalam Saputri (2019), wirausaha merupakan orang yang pandai atau berbakat mengenali produk

baru, menentukan cara produksi baru, menyusun operasi untuk pengadaan produk baru, memasarkannya, serta mengatur permodalan operasinya. Menurut Zimmerer, dkk (2008) dalam Saputri (2019), kewirausahaan merupakan penerapan kreativitas dan inovasi untuk memecahkan masalah dan memanfaatkan peluang yang dihadapi, kreativitas diartikan sebagai kemampuan mengembangkan ide-ide dan menemukan cara baru dalam memecahkan suatu masalah, Inovasi diartikan sebagai kemampuan menerapkan kreativitas untuk memecahkan masalah dan peluang untuk meningkatkan kekayaan hidup.

Istilah kewirausahaan diperkenalkan pertama kali oleh Richard Cantillon pada tahun 1755. Istilah ini semakin populer setelah digunakan oleh pakar ekonomi Jean Baptista Say pada tahun 1830 untuk menggambarkan para pengusaha yang mampu memindahkan sumber daya ekonomis dari tingkat produktivitas rendah ke tingkat yang lebih tinggi serta menghasilkan lebih banyak lagi (Suryana, 2013). Kewirausahaan menurut Rusdiana (2013) diartikan sebagai kemauan dan kemampuan seseorang dalam menghadapi berbagai resiko dengan mengambil inisiatif untuk menciptakan dan melakukan hal-hal baru melalui pemanfaatan kombinasi berbagai sumber daya dengan tujuan untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada seluruh pemangku kepentingan dan memperoleh keuntungan sebagai konsekuensinya. Hal tersebut sejalan dengan pendapat Buchari (2011) bahwa wirausaha adalah seseorang yang melihat adanya sebuah peluang kemudian memanfaatkan peluang tersebut dengan cara menciptakan sebuah organisasi,

Organisasi yang dimaksud adalah organisasi bisnis yang dapat menciptakan suatu barang dan jasa. Sedangkan menurut Basrowi (2014) wirausaha adalah seseorang yang memiliki kemampuan dapat melihat dan menilai peluang bisnis yang ada kemudian mengumpulkan sumber daya-sumber daya yang dibutuhkan dalam menjalankan suatu usaha untuk mendapatkan keuntungan serta analisis tindakan yang tepat dalam menentukan suatu kesuksesan.

Ada beberapa sikap dan perilaku yang harus dimiliki seorang wirausaha menurut Basrowi (2014) yaitu :

1. Memiliki komitmen dan ketekunan;
2. Mengarah pada pencapaian dan pertumbuhan;
3. Berorientasi pada sasaran dan peluang;
4. Mengambil inisiatif dan bertanggung jawaban personal;
5. Tidak kenal menyerah dalam memecahkan masalah;
6. Realistis dan memiliki gaya humor;
7. Memanfaatkan dan selalu mencari umpan balik;
8. Dapat mengendalikan permasalahan didalam perusahaan;
9. Mampu mengelola dan menghitung resiko;
10. Tidak berorientasi pada status; dan
11. Memiliki integritas dan dapat dipercaya.

### **2.1.3 Minat Berwirausaha**

Minat Berwirausaha terdiri dari dua kata, minat dan berwirausaha. Minat merupakan rasa suka dan ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas

tanpa ada yang menyuruh, seseorang yang memiliki minat akan suatu aktivitas akan melakukan aktivitas tersebut dengan rasa senang (Saputri, 2019). Menurut Purwanto (2014), minat adalah perbuatan yang memusatkan pada sebuah tujuan yang mendorong seseorang melakukan perbuatan atau kegiatan itu sendiri. Slameto (2013) menyatakan bahwa minat merupakan suatu perasaan lebih senang dan rasa ketertarikan pada suatu aktivitas atau suatu hal dari dorongan diri sendiri atau tanpa suruhan orang lain. Sujanto (2004) dalam Saputri (2019), memberi arti minat sebagai pemusatan perhatian pada suatu hal yang tidak disengaja dan dengan penuh kemauan dalam diri seseorang sendiri karena pengaruh bakat dan lingkungan sekitar. Kemudian menurut Basrowi (2014) wirausaha adalah seseorang yang memiliki kemampuan dapat melihat dan menilai peluang bisnis yang ada kemudian mengumpulkan sumber daya, sumber daya yang dibutuhkan dalam menjalankan suatu usaha untuk mendapatkan keuntungan serta analisis tindakan yang tepat dalam menentukan suatu kesuksesan.

Suryawan (2006) dalam Saputri (2019) minat berwirausaha adalah keinginan ketertarikan serta kesediaan untuk bekerja keras atau berkemauan keras untuk berdikari atau berusaha memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa merasa takut dengan resiko yang akan terjadi serta senantiasa belajar dari kegagalan yang dialami.

Minat berwirausaha tidak dibawa sejak lahir tapi tumbuh dan berkembang sesuai dengan faktor-faktor yang mempengaruhi, faktor yang mempengaruhi tumbuhnya keputusan untuk berwirausaha merupakan hasil

interaksi dari beberapa faktor yaitu karakter kepribadian seseorang dan lingkungannya Bygrave (2003) dalam Saputri (2019). Menurut Muchammad (2014) minat berwirausaha timbul karena adanya perasaan senang terhadap kegiatan berwirausaha, mahasiswa yang mempunyai rasa senang dan berminat untuk berwirausaha akan lebih bergairah dan tekun dalam mengikuti kegiatan taktik dan teori, sehingga timbul rasa ingin untuk menguasainya. Minat berwirausaha menurut Haryanto (2013) dalam Saputri (2019) dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu:

1. Menyangkut aspek kepribadian seseorang;
2. Hubungan dengan teman-teman;
3. Hubungan dengan orang tua dan keluarga; dan
4. Hubungan seseorang dengan lingkungannya.

Sedangkan menurut (Buchari, 2011) faktor yang mendorong minat berwirausaha yaitu :

1. Faktor personal, menyangkut aspek kepribadian diantaranya :
  - a. Adanya ketidakpuasan terhadap pekerjaan seseorang;
  - b. Adanya pemutusan hubungan kerja, tidak ada pekerjaan lain;
  - c. Dorongan Karena faktor usia;
  - d. Keberanian menanggung resiko; dan
  - e. Komitmen/minat tinggi pada bisnis.
2. Faktor *Environment*, menyangkut hubungan dengan lingkungan fisik diantaranya :
  - a. Adanya persaingan dalam dunia kehidupan;

- b. Adanya sumber-sumber yang bisa dimanfaatkan seperti modal, tabungan, warisan, bangunan, dan lokasi strategis;
  - c. Mengikuti latihan khusus bisnis atau *incubator bisnis*; dan
  - d. Kebijakan pemerintah, adanya kemudahan lokasi berusaha, fasilitas kredit dan bimbingan usaha.
3. Faktor *sosilological*, menyangkut hubungan dengan keluarga dan sebagainya :
- a. Adanya hubungan-hubungan atau relasi bagi orang lain;
  - b. Adanya tim yang dapat diajak kerja sama dalam berusaha;
  - c. Adanya dorongan dari orang tua untuk membuka usaha;
  - d. Adanya bantuan family dalam berbagai kemudahan; dan
  - e. Adanya pengalaman bisnis sebelumnya.

Indikator minat berusaha menurut Purnomo (2005) dalam Saputri (2019) :

1. Kemauan keras untuk mencapai tujuan dan kebutuhan hidup;
2. Keyakinan kuat atas kekuatan sendiri;
3. Sikap jujur dan tanggung jawab;
4. Ketahanan fisik, mental, ketekunan, keuletan, bekerja dan berusaha;
5. Pemikiran yang kreatif dan konstruktif; dan
6. Berorientasi kemasa depan dan berani mengambil resiko.

#### 2.1.4 Lingkungan Keluarga

Lingkungan keluarga adalah tempat pertama kehidupan dimulai dan sangat berpengaruh terhadap keberhasilan siswa (Djaali, 2012). Tingkat pendidikan, penghasilan, perhatian, bimbingan, kerukunan, dan keakraban orang tua terhadap anak semuanya itu turut mempengaruhi keberhasilan dalam pendidikan anak (Dalyono, 2015). Sedangkan Haspullah (2009) dalam Saputri (2019) mengatakan bahwa lingkungan keluarga merupakan lingkungan pendidikan yang utama, karena didalam keluargalah anak pertama kali mendapat didikan dan bimbingan. Dalam keluarga akan terjadi interaksi sosial dimana seorang anak pertama-tama belajar memperhatikan keinginan orang lain, belajar bekerja sama, saling membantu, disini anak belajar memegang peranan sebagai makhluk sosial yang mempunyai norma dan kecakapan-kecakapan tertentu dalam pergaulannya dengan orang lain (Yusuf, 2015).

Slameto (2013) berpendapat bahwa lingkungan keluarga akan memberikan pengaruh terhadap tumbuhnya minat berwirausaha pada anak.

Buchari (2011) mengungkapkan bahwa ada pengaruh dari orang tua yang bekerja sendiri dan memiliki usaha sendiri memiliki kecenderungan anaknya akan menjadi pengusaha pula. Indikator lingkungan keluarga menurut Noviantoro (2011) dalam Saputri (2019), yaitu :

1. Pekerjaan orang tua; dan
2. Dukungan orang tua.

### 2.1.5 Pengetahuan Kewirausahaan

Menurut Djaali (2012) pengetahuan (*knowledge*) adalah kemampuan untuk menghafal, mengingat, memahami atau mengulangi informasi yang pernah diberikan. Suryana dan Bayu (2010) dalam Saputri (2019) menyatakan bahwa seorang wirausaha perlu memiliki pengetahuan yang cukup untuk dapat mengarahkan dirinya guna memperoleh peluang usaha, menyusun konsep usaha, membuat perencanaan, masuk pasar, beroperasi, dan dengan demikian menikmati nilai tambah dan mengembangkan diri.

Menurut Rusdiana (2013) kewirausahaan merupakan kemauan dan kemampuan seseorang dalam menghadapi berbagai resiko dan mengambil inisiatif untuk menciptakan dan melakukan hal-hal baru melalui pemanfaatan kombinasi berbagai sumber daya dengan tujuan untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada seluruh pemangku kepentingan dan memperoleh keuntungan sebagai konsekuensinya. Kemudian Suryana (2013) berpendapat bahwa kewirausahaan diartikan sebagai kemampuan dalam berfikir kreatif dan berperilaku inovatif yang dijadikan sebagai dasar, sumber daya, tenaga penggerak, tujuan, siasat, kiat dan proses dalam menghadapi tantangan hidup. Sedangkan menurut Hendro (2011) kewirausahaan adalah kemampuan diri untuk mengelola sesuatu yang sudah ada dalam diri seseorang untuk dimanfaatkan dan ditingkatkan sehingga akan berguna dimasa depan.

Kasmir (2011) bahwa pengetahuan berwirausaha merupakan dasar dari sumber daya kewirausahaan yang terdapat didalam diri individu. Menurut Suryana (2013) wirausaha harus memiliki beberapa pengetahuan, yaitu :

1. Pengetahuan mengenai usaha yang akan dirintis dan lingkungan usaha yang ada;
2. Pengetahuan tentang peran dari tanggung jawab; dan
3. Pengetahuan tentang manajemen dan organisasi bisnis.

Indikator pengetahuan kewirausahaan menurut Mustofa dan Muchammad (2014):

1. Mengambil resiko usaha;
2. Menganalisis peluang usaha; dan
3. Merumuskan solusi masalah.

#### **2.1.6 Ekspektasi Pendapatan**

Pendapatan adalah arus masuk bruto dari manfaat ekonomi yang timbul dari aktivitas normal perusahaan selama satu periode jika arus masuk tersebut mengakibatkan kenaikan ekuitas, yang tidak berasal kontribusi penanaman modal (PSAK No. 23, 2009) dalam Saputri (2019). Pendapatan hanya meliputi arus masuk bruto dari manfaat ekonomi yang diterima dan dapat diterima oleh entitas untuk dirinya sendiri, pendapatan adalah semua penerimaan seseorang sebagai balas jasanya dalam proses produksi, balas jasa tersebut bisa berupa upah, bunga, sewa, maupun laba tergantung faktor produksi yang dilibatkan dalam proses produksi Yuliana (2007) dalam Saputri (2019). Pendapatan adalah penghasilan yang diperoleh seseorang baik berupa uang maupun barang (Utin, 2011). Menurut Zimmerer, dkk (2008) dalam Saputri (2019) menjadi wirausaha akan memperoleh keuntungan yang

menakjubkan. Berwirausaha dapat memperoleh penghasilan yang tinggi dan tidak terbatas sesuai dengan harapannya guna memenuhi segala keinginannya, besar kecilnya penghasilan yang diterima dari berwirausaha tergantung dari hasil kerja atau usaha yang dilakukan, keinginan untuk memperoleh pendapatan tak terbatas itulah yang dapat menimbulkan minat berwirausaha, orang-orang yang bekerja bagi dirinya sendiri memiliki peluang empat kali lebih besar untuk menjadi kaya dari pada orang-orang yang bekerja untuk orang lain, Serian (2009) dalam Saputri (2019).

Indikator ekspektasi pendapatan menurut Zimmerer dkk, (2008) dalam Saputri (2019), yaitu :

1. Pendapatan yang tinggi; dan
2. Pendapatan tidak terbatas.

### **2.1.7 E-commerce**

Definisi dari “*E-Commerce*” sendiri sangat beragam, tergantung dari perspektif atau kacamata yang memanfaatkannya Seprina dkk (2017). *Association for Electronic Commerce* dalam Seprina dkk (2017) secara sederhana mendefinisikan *E-Commerce* sebagai “mekanisme bisnis secara elektronik” *CommerceNet*, sebuah konsorsium industri, memberikan definisi yang lebih lengkap, yaitu “penggunaan jejaring komputer (komputer yang saling terhubung) sebagai sarana penciptaan relasi bisnis”. Tidak puas dengan definisi tersebut, *CommerceNet* menambahkan bahwa di dalam *E-Commerce* terjadi “proses pembelian dan penjualan jasa atau produk antara dua belah

pihak melalui internet atau pertukaran dan distribusi informasi antar dua pihak di dalam satu perusahaan dengan menggunakan intranet”.

*E-Commerce* memiliki karakteristik sebagai berikut:

1. Terjadinya transaksi antara dua belah pihak;
2. Adanya pertukaran barang, jasa, atau informasi; dan
3. Internet merupakan medium utama dalam proses atau mekanisme perdagangan tersebut.

Dari karakteristik di atas terlihat jelas, bahwa pada dasarnya *E-Commerce* merupakan dampak dari berkembangnya teknologi informasi dan telekomunikasi, sehingga secara signifikan merubah cara manusia melakukan interaksi dengan lingkungannya, yang dalam hal ini adalah terkait dengan mekanisme dagang. Semakin meningkatnya komunitas bisnis yang mempergunakan internet dalam melakukan aktivitasnya sehari-hari secara tidak langsung telah menciptakan sebuah domain dunia baru yang kerap diistilahkan sebagai “*cyberspace*” atau dunia maya. Berbeda dengan dunia nyata (*real world*), *cyberspace* memiliki karakteristik yang unik dimana seorang manusia dapat dengan mudah berinteraksi dengan siapa saja di dunia ini sejauh yang bersangkutan terhubung ke internet.

Hilangnya batasan dunia yang memungkinkan seseorang berkomunikasi dengan orang lain secara efisien dan efektif ini secara langsung merubah cara perusahaan dalam melakukan bisnis dengan perusahaan lain atau konsumen. *E-Commerce (Electronic Commerce)* adalah proses transaksi jual beli yang menggunakan alat elektronik seperti telepon

dan internet. *E-commerce* lebih dari sekedar membeli dan menjual produk secara online. *E-commerce* meliputi seluruh proses dari pengembangan, pemasaran, penjualan, pengiriman, pelayanan, dan pembayaran para pelanggan, dengan dukungan dari jaringan para mitra bisnis di seluruh dunia. Sistem *e-commerce* sangat bergantung pada sumber daya internet dan banyak teknologi informasi lainnya untuk mendukung setiap proses ini.

*E-commerce* juga memberikan cara-cara baru dalam melaksanakan bisnis, sehingga siapa saja bisa memanfaatkan media tersebut untuk menjadi wirausaha yang mampu menciptakan dan memperluas bisnis secara lebih cepat dan lebih mudah di banding dulu. Selanjutnya *e-commerce* dapat didefinisikan dari beberapa perspektif berikut :

1. Perspektif Komunikasi: *e-commerce* merupakan pengiriman informasi, produk/layanan, atau pembayaran melalui lini telepon, jaringan komputer atau sarana elektronik lainnya.
2. Perspektif Proses Bisnis: *e-commerce* merupakan aplikasi teknologi menuju otomisasi transaksi dan aliran kerja perusahaan.
3. Perspektif Layanan: *e-commerce* merupakan salah satu alat yang memenuhi keinginan perusahaan, konsumen dan manajemen dalam memangkas *service cost* ketika meningkatkan mutu barang dan kecepatan pelayanan.
4. Perspektif Online: *e-commerce* berkaitan dengan kapasitas jual beli produk dan informasi di internet dan jasa online lainnya.

Kegiatan *e-commerce* mencakup banyak hal, untuk membedakannya *e-commerce* dibedakan menjadi 2 berdasarkan karakteristiknya :

1. *Business to Business*, karakteristiknya:
  - a. Pertukaran data dilakukan secara berulang-ulang dan berkala dengan format data yang telah disepakati bersama.
  - b. Salah satu pelaku tidak harus menunggu rekan mereka lainnya untuk mengirimkan data.
  - c. Model yang umum digunakan adalah *peer to peer*, di mana *processing* didistribusikan di kedua pelaku bisnis.
2. *Business to Consumer*, karakteristiknya:
  - a. Servis yang digunakan berdasarkan permintaan.
  - b. Sering dilakukan sistim pendekatan *client-server*.

*Electronic Commerce* menggambarkan proses pembelian, penjualan, transfer, atau pertukaran produk, jasa dan informasi melalui jaringan komputer, termasuk internet Sutanto (2000) dalam Pramiswari dan Dharmadiaksa (2017).

Suryadinata (2001) dalam Pramiswari dan Dharmadiaksa (2017) juga mengemukakan bahwa sebagai media informasi dan promosi, situs web sebagai salah satu bentuk *e-commerce* adalah media dengan daya jangkauan luas serta paling murah. Hal ini dikarenakan situs web adalah media informasi yang dapat diakses dari segala penjuru dunia atau negara manapun selama jaringan internet tersedia. Oleh karena itu bagi dunia usaha kecil dan

menengah situs web adalah media promosi yang paling tepat. Mudahnya akses internet baik melalui wifi ataupun perangkat gadget memudahkan masyarakat untuk memberikan informasi mengenai suatu produk atau jasa yang dicari. Maka dari itu, dengan modal yang relatif rendah *e-commerce* merupakan salah satu solusi yang dapat digunakan untuk membantu dalam kegiatan jual-beli barang maupun jasa. Kegiatan bisnis yang semakin berpusat pada manusia (*human centered business*), menyebabkan individu menjadi faktor terpenting dalam proses perubahan dunia bisnis. Oleh karena itu, pengembangan individu merupakan suatu hal yang penting untuk dilakukan, agar organisasi mampu bersaing dalam era perubahan saat ini.

## **2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu**

Berikut ini adalah rangkuman tinjauan penelitian terdahulu yang disajikan dalam bentuk tabel :

Tabel 2.1

## Tinjauan Penelitian Terdahulu

Setiawan (2016)	Pengaruh Ekspektasi Pendapatan, Lingkungan Keluarga Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha. (Studi Kasus Pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Negeri Yogyakarta).	Independen : 1. Ekspektasi Pendapatan 2. Lingkungan Keluarga 3. Pengetahuan Kewirausahaan Dependen : 1. Minat Berwirausaha	- Variabel Ekspektasi Pendapatan Berpengaruh Terhadap Minat Berwirausaha - Variabel Lingkungan Keluarga Berpengaruh Terhadap Minat Berwirausaha - Variabel Pengetahuan Kewirausahaan Berpengaruh Terhadap Minat Berwirausaha
Septianti (2016)	Pengaruh Motivasi, Lingkungan Keluarga Dan Ekspektasi Pendapatan Terhadap Minat Berwirausaha. (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Tridinanti Palembang)	Independen : 1. Motivasi 2. Lingkungan Keluarga 3. Ekspektasi Pendapatan Dependen : 1. Minat Berwirausaha	- Variabel Motivasi Berpengaruh Signifikan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. - Variabel Lingkungan Keluarga Berpengaruh Signifikan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. - Variabel Ekspektasi Pendapatan Berpengaruh

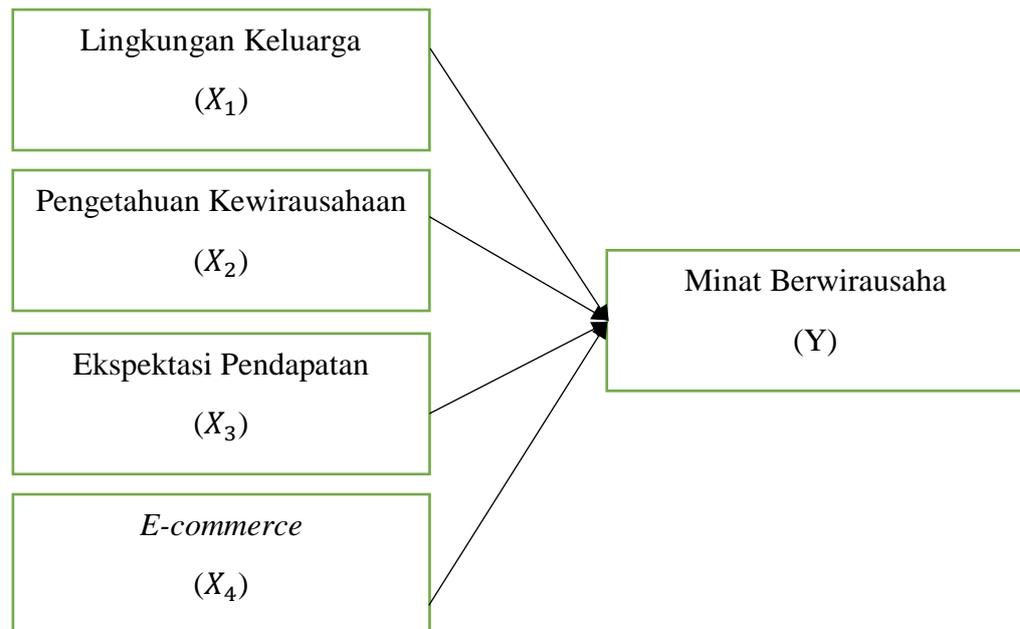
			Signifikan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa.
Noviantoro Dan Rahmawati (2017)	Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi Berwirausaha Dan Lingkungan keluarga Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus Pada Mahasiswa Akuntansi FE UNY)	<p>Independen :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengetahuan Kewirausahaan</li> <li>2. Motivasi Berwirausaha</li> <li>3. Lingkungan Keluarga</li> </ol> <p>Dependen :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Minat Berwirausaha</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Variabel Pengetahuan Kewirausahaan Berpengaruh Terhadap Minat Berwirausaha</li> <li>- Variabel Motivasi Berwirausaha Berpengaruh Terhadap Minat Berwirausaha</li> <li>- Variabel Lingkungan Keluarga Berpengaruh Terhadap Minat Berwirausaha</li> </ul>
Sari Dan Wibawa (2017)	Pengaruh Penggunaan <i>E-commerce</i> Dalam Proses Penjualan Terhadap Minat Berwirausaha ( Studi Kasus Pada Siswa SMK NEGERI NGRAHO)	<p>Independen :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penggunaan <i>E-commerce</i></li> <li>2. Proses Penjualan</li> </ol> <p>Dependen :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Minat Berwirausaha</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Variabel Penggunaan <i>E-commerce</i> Berpengaruh Terhadap Minat Berwirausaha</li> <li>- Variabel Proses Penjualan Berpengaruh Terhadap Minat Berwirausaha</li> </ul>

Syaifudin (2017)	Pengaruh Kepribadian, Lingkungan Keluarga dan Pendidikan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Akuntansi (Studi Kasus pada Mahasiswa Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta)	Independen : 1. Kepribadian 2. Lingkungan Keluarga 3. Pendidikan Kewirausahaan Dependen : 1. Minat Berwirausaha	- Variabel Kepribadian Bepengaruh terhadap Minat Berwirausaha - Variabel Lingkungan Keluarga Bepengaruh terhadap Minat Berwirausaha - Variabel Pendidikan Kewirausahaan Bepengaruh terhadap Minat Berwirausaha
Agung dan Sumaryanto (2017)	Pengaruh Motivasi dan Mental Berwirausaha terhadap Minat Mahasiswa Akuntansi untuk Berwirausaha (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Ahmad Dahlan)	Independen : 1. Motivasi 2. Mental Berwirausaha Dependen : 1. Minat Berwirausaha	- Variabel Motivasi Bepengaruh terhadap Minat Berwirausaha - Variabel Mental Berwirausaha Bepengaruh terhadap Minat Berwirausaha
Yadewani Dan Wijaya (2017)	Pengaruh <i>E-commerce</i> Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus Pada AMIK Jayanusa Padang)	Independen : 1. <i>E-commerce</i> Dependen : 1. Minat Berwirausaha	- Variabel <i>E-commerce</i> Bepengaruh Terhadap Minat Berwirausaha .

<p>Saputri (2019)</p>	<p>Pengaruh Lingkungan Keluarga, Pengetahuan Kewirausahaan, Ekspektasi Pendapatan Dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus Pada Alumni Program Studi Akuntansi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta)</p>	<p>Independen :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Lingkungan Keluarga</li> <li>2. Pengetahuan Kewirausahaan</li> <li>3. Ekspektasi Pendapatan</li> <li>4. Motivasi Berwirausaha</li> </ol> <p>Dependen :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Minat Berwirausaha</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Variabel Lingkungan Keluarga Tidak Berpengaruh Terhadap Minat Berwirausaha</li> <li>- Variabel Pengetahuan Kewirausahaan Berpengaruh Positif Terhadap Minat Berwirausaha</li> <li>- Variabel Ekspektasi Pendapatan Tidak Berpengaruh Terhadap Minat Berwirausaha</li> <li>- Variabel Motivasi Berwirausaha Berpengaruh Positif Terhadap Minat Berwirausaha</li> </ul>
---------------------------	---	--	--

## 2.3 Kerangka Konseptual

Berdasarkan tinjauan pustaka dan tinjauan penelitian terdahulu, maka dapat dirumuskan suatu kerangka konseptual sebagai berikut :



Gambar 2.1

Kerangka Konseptual

## 2.4 Hipotesis Penelitian

### 3.4.1 Pengaruh Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha

Lingkungan keluarga adalah tempat pertama kehidupan dimulai dan sangat berpengaruh terhadap keberhasilan siswa (Djaali, 2012). Sedangkan minat berwirausaha adalah keinginan, ketertarikan serta kesediaan untuk bekerja keras atau berkemauan keras untuk berdikari atau berusaha memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa merasa takut dengan resiko yang akan terjadi, serta senantiasa belajar dari kegagalan yang dialami (Santoso, 2013). Buchari (2011) mengungkapkan bahwa ada pengaruh dari orang tua yang

bekerja sendiri, dan memiliki usaha sendiri memiliki kecenderungan anaknya akan menjadi pengusaha pula. Keadaan ini sering kali memberi inspirasi pada anak sejak kecil. Anak yang memiliki orang tua pengusaha atau hidup dalam lingkungan keluarga wirausahawan akan memperoleh pengetahuan pada masa-masa awal sehingga membentuk sikap dan persepsi mengenai kepercayaan akan kemampuan berwirausaha. Menjadi seorang wirausaha tidak lepas dari dukungan orang tua atau keluarganya. Apabila keluarga memberi dukungan serta pengaruh positif terhadap minat berwirausaha maka seseorang akan memiliki minat berwirausaha.

Mustofa (2014) berpendapat bahwa minat berwirausaha timbul karena adanya perasaan senang terhadap kegiatan berwirausaha. Berdasarkan *Theory of Planned Behaviour*, menjelaskan bahwa suatu perilaku akan dilakukan jika seseorang pada dasarnya memiliki keinginan atau rencana untuk melakukannya. Dengan kata lain, semakin kuat keinginan pada diri seseorang tersebut untuk melakukan sesuatu, maka akan semakin kuat pula niat atau motivasi untuk menampilkan suatu perilaku Jogiyanto (2007) dalam Saputri (2019). Menurut Buchari (2011) lingkungan keluarga dapat mempengaruhi seseorang untuk menjadi wirausaha dapat dilihat dari segi faktor pekerjaan orang tua, dari orang tua yang bekerja sendiri dan memiliki usaha sendiri maka cenderung anaknya akan menjadi pengusaha. Menurut *Theory of Planned Behaviour* keputusan berwirausaha dipengaruhi oleh salah satu faktor eksternal yaitu lingkungan keluarga. Adanya faktor lingkungan

keluarga tersebut maka minat berwirausaha siswa akan tinggi karena adanya dorongan dari keluarga.

Berdasarkan kerangka konseptual dan hasil penelitian terdahulu yang tertulis diatas maka hipotesis yang dikembangkan dalam penelitian ini adalah:

**$H_1$  : Lingkungan keluarga berpengaruh terhadap minat berwirausaha**

#### **2.4.2 Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha**

Pengetahuan merupakan kemampuan yang dimiliki seseorang untuk menghafal, mengingat, memahami atau mengulangi informasi yang pernah diberikan (Djaali, 2012). Sedangkan kewirausahaan dapat diartikan sebagai kemampuan dalam berfikir kreatif dan berperilaku inovatif yang dijadikan sebagai dasar, sumber daya, tenaga penggerak, tujuan, siasat, kiat dan proses dalam menghadapi tantangan hidup (Suryana, 2013).

Suryana dan Bayu (2010) dalam Saputri (2019) mengungkapkan seorang wirausaha tidak akan berhasil apabila tidak memiliki pengetahuan, kemampuan, dan kemauan. Ada kemauan, tetapi tidak memiliki kemampuan dan pengetahuan, maka akan sulit berkembang dan berhasil. Sebaliknya, memiliki pengetahuan dan kemampuan, tetapi tidak disertai dengan kemauan, maka tidak akan terwujud menjadi wirausahawan. Menurut *Theory of planned Behavior* keputusan berwirausaha dipengaruhi oleh salah satu faktor internal yaitu pembelajaran pengetahuan kewirausahaan bisa didapat melalui pembelajaran, baik pembelajaran didalam kelas maupun diluar kelas. Nursito

dan Nugroho (2013) yang menyatakan bahwa pengetahuan kewirausahaan didefinisikan sebagai tingkat pengetahuan sebagai hasil belajar setelah mengikuti proses pendidikan kewirausahaan yang diperlukan untuk memulai dan menjalankan usaha.

Berdasarkan kerangka konseptual dan hasil penelitian terdahulu yang tertulis diatas maka hipotesis yang dikembangkan dalam penelitian ini:

**$H_2$ : Pengetahuan kewirausahaan berpengaruh terhadap minat berwirausaha**

#### **2.4.3 Pengaruh Ekspektasi Pendapatan terhadap Minat Berwirausaha**

Pendapatan adalah arus masuk bruto dari manfaat ekonomi yang timbul dari suatu aktivitas normal entitas dalam suatu periode jika arus masuk tersebut mengakibatkan kenaikan ekuitas, yang tidak berasal dari kontribusi penanaman modal (PSAK No.23, 2009) dalam Saputri (2019). Sedangkan ekspektasi pendapatan adalah harapan seseorang atas pendapatan yang diterimanya baik berupa uang maupun barang guna memenuhi kehidupannya (Setiawan, 2016). Ekspektasi pendapatan merupakan harapan seseorang terhadap pendapatan dari hasil pekerjaannya. Seseorang yang berwirausaha menginginkan pendapatan yang lebih besar dari pada menjadi karyawan, semakin tinggi pendapatan yang diharapkan melalui wirausaha maka akan semakin tinggi pula minat seseorang untuk berwirausaha. Keinginan untuk memperoleh pendapatan itulah yang dapat menimbulkan minat untuk

berwirausaha (Suhartini, 2011). Semakin tinggi harapan untuk mendapat pendapatan yang lebih tinggi dengan berwirausaha, maka hal tersebut akan mendorong seseorang untuk berwirausaha (Adhitama, 2014). Berwirausaha akan memiliki peluang mendapatkan pendapatan yang tidak terbatas, hal tersebut yang menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi seseorang untuk berwirausaha. Dengan adanya harapan pendapatan yang tidak terbatas tersebut maka akan mendorong seseorang untuk berwirausaha.

Berdasarkan kerangka konseptual dan hasil penelitian terdahulu yang tertulis diatas maka hipotesis yang dikembangkan dalam penelitian ini adalah:

**$H_3$  : Ekspektasi pendapatan berpengaruh terhadap minat berwirausaha**

#### **2.4.4 Pengaruh *E-commerce* terhadap Minat Berwirausaha**

Pengertian *e-commerce* menurut Kotler et al (2012) dalam Pramiswari dan Dharmadiaksa (2017) adalah penggunaan *website* untuk bertransaksi atau memfasilitasi penjualan produk dan jasa secara online dapat juga dijadikan alat untuk membeli dan menjual produk atau jasa melalui internet dengan menggunakan sistem komputer untuk meningkatkan efisiensi perusahaan secara keseluruhan. Biasanya terdiri dari perdagangan yang terjadi melalui pembeli mengunjungi *website* penjual dan transaksi online. *Electronic Commerce* menggambarkan proses pembelian, penjualan, transfer, atau pertukaran produk, jasa dan informasi melalui jaringan komputer, termasuk internet Sutanto (2000) dalam Pramiswari dan Dharmadiaksa (2017).

Suryadinata (2001) dalam Pramiswari dan Dharmadiaksa (2017) juga mengemukakan bahwa sebagai media informasi dan promosi, situs web sebagai salah satu bentuk *e-commerce* adalah media dengan daya jangkauan luas serta paling murah. Hal ini dikarenakan situs web adalah media informasi yang dapat diakses dari segala penjuru dunia atau negara manapun selama jaringan internet tersedia. Oleh karena itu bagi dunia usaha kecil dan menengah situs web adalah media promosi yang paling tepat. Mudah-mudahan akses internet baik melalui wifi ataupun perangkat gadget memudahkan masyarakat untuk memberikan informasi mengenai suatu produk atau jasa yang dicari. Maka dari itu, dengan modal yang relatif rendah *e-commerce* merupakan salah satu solusi yang dapat digunakan untuk membantu dalam kegiatan jual-beli barang maupun jasa. Kegiatan bisnis yang semakin berpusat pada manusia (*human centered business*), menyebabkan individu menjadi faktor terpenting dalam proses perubahan dunia bisnis. Oleh karena itu, pengembangan individu merupakan suatu hal yang penting untuk dilakukan, agar organisasi mampu bersaing dalam era perubahan saat ini.

Berdasarkan kerangka konseptual dan hasil penelitian terdahulu yang tertulis di atas maka hipotesis yang dikembangkan dalam penelitian ini adalah:

***H<sub>4</sub> : E-commerce berpengaruh terhadap minat berwirausaha***

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Rancangan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan penelitian korelasi dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Sukardi (2011) menyatakan bahwa penelitian korelasi adalah suatu penelitian yang melibatkan tindakan pengumpulan data guna menentukan, apakah ada hubungan dan tingkat hubungan antara dua variabel atau lebih. Data yang digunakan dalam penelitian adalah data primer. Menurut Sekaran (2011) berpendapat bahwa data primer adalah data yang mengacu pada informasi yang diperoleh dari tangan pertama oleh peneliti yang berkaitan dengan variabel minat untuk tujuan spesifik studi. Metode yang digunakan adalah survey dengan menyebarkan kuisioner pada Mahasiswa Angkatan 2016 Program Studi Akuntansi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta.

#### **3.2 Populasi dan Sampel**

Populasi adalah keseluruhan kelompok orang, peristiwa, atau hal yang ingin peneliti investigasi (Sekaran, 2011). Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta.

Sampel adalah sebagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang dapat mewakili populasi secara *representative* (Sugiyono, 2014). Teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *convenience sampling*.

Menurut Sekaran (2011) *convenience sampling* merupakan :

*“convenience sampling refers to the collection the information from members of population who are conveniently available to provide it”*

Dari defenisi diatas, dapat disimpulkan pengertian *convenience sampling* adalah sebagai kumpulan informasi dari anggota-anggota populasi yang mudah di peroleh dan mampu menyediakan informasi tersebut. Dengan demikian siapa saja yang dapat memberikan informasi baik secara tidak sengaja atau kebetulan bertemu dengan peneliti, dapat digunakan sebagai sampel, bila dilihat orang yang memberikan informasi-informasi tersebut cocok sebagai sumber data (Sekaran, 2011). Sampel dalam penelitian ini Mahasiswa Angkatan 2016 Program Studi Akuntansi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta yang bersedia untuk memberi informasi dengan mengisi kuisisioner.

## **4.3 Variabel Penelitian**

### **3.3.1 Klasifikasi Variabel**

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti

untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2014). Variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Variabel bebas (*independent variable*)

Variabel bebas atau variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (Sugiyono, 2014). Dalam penelitian ini terdapat empat variabel independen, yaitu Lingkungan Keluarga (X1), Pengetahuan Kewirausahaan (X2), Ekspektasi Pendapatan (X3) dan *E-commerce* (X4).

2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Sugiyono (2014) menyatakan bahwa variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel independen. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Minat Berwirausaha (Y).

### **3.3.2 Definisi Oprasional dan Pengukuran Variabel**

#### **3.3.2.1 Minat Berwirausaha**

Menurut Mustofa dan Muchammad (2014), minat berwirausaha merupakan pemusatan perhatian pada wirausaha karena adanya rasa suka dan disertai keinginan mempelajari, mengetahui dan membuktikan lebih lanjut terhadap wirausaha. Minat berwirausaha timbul karena adanya perasaan senang terhadap kegiatan berwirausaha, mahasiswa yang mempunyai rasa senang dan berminat untuk berwirausaha akan lebih bergairah dan tekun

dalam mengikuti kegiatan praktik dan teori, sehingga akan timbul rasa ingin untuk menguasainya (Rusdiana, 2013).

Variabel Minat Berwirausaha diukur dengan menggunakan *instrument* Saputri (2019) yang terdiri dari 6 indikator. Dalam instrumen ini pengukur menggunakan skala *Likert* dengan skor 1 sampai 4. Poin penilaian dalam kuisioner untuk setiap pertanyaan yaitu SS (Sangat Setuju), S (Setuju), TS (Tidak Setuju), STS (Sangat Tidak Setuju). Indikator yang akan digunakan adalah :

1. Kemauan keras untuk mencapai tujuan dan kebutuhan hidup,
2. Keyakinan kuat atas kekuatan sendiri,
3. Sikap jujur dan tanggung jawab,
4. Ketahanan fisik, mental, ketekunan, keuletan, bekerja dan berusaha,
5. Pemikiran yang kreatif dan konstruktif, dan
6. Berorientasi kemasa depan dan berani mengambil resiko.

#### **4.3.2.2 Lingkungan Keluarga (X1)**

Lingkungan keluarga adalah tempat pertama kehidupan dimulai dan sangat berpengaruh terhadap keberhasilan siswa (Djaali, 2012). Dikatakan lingkungan utama, karena sebagian kehidupan anak berada dalam keluarga, sehingga pendidikan yang paling banyak diterima oleh anak adalah di dalam keluarga dan dikatakan pertama karena ketika anak pertama kali lahir di dunia ini ia berada dalam lingkungan keluarga.

Variabel Lingkungan Keluarga diukur dengan menggunakan *instrument* Saputri (2019) yang terdiri dari 2 indikator. Dalam instrumen ini pengukur menggunakan skala *Likert* dengan skor 1 sampai 4. Poin penilaian dalam kuisisioner untuk setiap pertanyaan yaitu SS (Sangat Setuju), S (Setuju), TS (Tidak Setuju), STS (Sangat Tidak Setuju). Indikator yang akan digunakan adalah :

1. Pekerjaan orang tua, dan
2. Dukungan orang tua.

### **3.3.2.3 Pengetahuan kewirausahaan (X2)**

Pengetahuan kewirausahaan adalah intelektual yang diperoleh dan dimiliki seorang individu melalui pendidikan kewirausahaan yang nantinya bisa membantu seorang individu melakukan inovasi dan terjun dalam bidang wirausaha. Pernyataan ini diperkuat oleh Kasmir (2011) bahwa pengetahuan kewirausahaan adalah dasar dari sumber daya kewirausahaan yang terdapat didalam diri individu.

Variabel Pengetahuan Kewirausahaan diukur dengan menggunakan *instrument* Saputri (2019) yang terdiri dari 3 indikator. Dalam instrumen ini pengukur menggunakan skala *Likert* dengan skor 1 sampai 4. Poin penilaian dalam kuisisioner untuk setiap pertanyaan yaitu SS (Sangat Setuju), S (Setuju), TS (Tidak Setuju), STS (Sangat Tidak Setuju). Indikator yang akan digunakan adalah :

1. Mengambil resiko usaha,

2. Menganalisis peluang usaha, dan
3. Merumuskan solusi masalah.

#### **3.3.2.4 Ekspektasi Pendapatan (X3)**

Ekspektasi pendapatan merupakan harapan untuk memperoleh pendapatan yang lebih tinggi, semakin tinggi harapan untuk mendapat pendapatan yang lebih tinggi dengan berwirausaha, maka hal tersebut akan mendorong seseorang untuk berwirausaha (Adhitama, 2014). Berwirausaha memberi pendapatan yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup. Keinginan untuk memperoleh pendapatan itulah yang dapat menimbulkan minat untuk berwirausaha (Suhartini, 2011).

Variabel Ekspektasi Pendapatan diukur dengan menggunakan *instrument* Saputri (2019) yang terdiri dari 2 indikator. Dalam instrumen ini pengukur menggunakan skala *Likert* dengan skor 1 sampai 4. Poin penilaian dalam kuisisioner untuk setiap pertanyaan yaitu SS (Sangat Setuju), S (Setuju), TS (Tidak Setuju), STS (Sangat Tidak Setuju). Indikator yang akan digunakan adalah :

1. Pendapatan yang tinggi, dan
2. Pendapatan tidak terbatas.

#### **4.3.2.5 E-commerce (X4)**

E-commerce merupakan sebuah sistem yang bisa digunakan apabila jaringan internet tersedia, dan bisa digunakan untuk proses pembelian,

penjualan, pemasaran, transfer jika terdapat jaringan computer, *e-commerce* telah membuka sebuah peluang bagi hampir setiap orang untuk berbisnis karena dapat menciptakan bisnis pada dunia maya yang menghubungkan orang-orang secara luas tanpa terbatas oleh letak geografis, konsumen dapat melakukan pemesanan barang dan atau jasa secara virtual dimanapun, 24 jam dalam satu hari, 7 hari dalam 1 minggu tanpa terbatas oleh jam kerja toko, maupun jarak untuk mencapai toko (Kartavianus, 2012).

Variabel *E-commerce* diukur dengan menggunakan *instrument* Yadewani dan Wijaya (2017) yang terdiri dari 3 indikator. Dalam instrumen ini pengukur menggunakan skala *Likert* dengan skor 1 sampai 4. Poin penilaian dalam kuisisioner untuk setiap pertanyaan yaitu SS (Sangat Setuju), S (Setuju), TS (Tidak Setuju), STS (Sangat Tidak Setuju). Indikator yang akan digunakan adalah :

1. Minat jual,
2. Minat penggunaan *e-commerce*, dan
3. Minat referensi

### **3.4 Model dan Teknik Analisis Data**

Metode analisis data merupakan suatu metode yang digunakan untuk mengolah suatu data penelitian dengan menggunakan proses penyederhanaan data dalam bentuk yang mudah dibaca dan di interpretasikan. Analisis dalam penelitian ini menggunakan metode analisis kuantitatif dengan metode Regresi Linier berganda (*Multiple Regression Linier*). Metode analisis data

dalam penelitian ini dengan menggunakan perhitungan ilmu statistik yaitu dengan menggunakan perangkat lunak SPSS (*Statistical Product and Service Solution*). Setelah data-data yang diperlukan dalam penelitian ini, maka selanjutnya dilakukan analisis data yang terdiri dari uji kualitas data, uji normalitas dan uji hipotesis.

### **3.4.1 Analisis Deskriptif**

Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan tentang ciri-ciri dari suatu variabel penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis deskriptif atas variabel minat berwirausaha, lingkungan keluarga, pengetahuan kewirausahaan, ekspektasi pendapatan, dan *e-commerce* yang selanjutnya dilakukan pengklasifikasian terhadap jumlah total responden yang diteliti. Dari jumlah skor jawaban responden yang diperoleh, kemudian disusun kriteria penilaian untuk setiap item pertanyaan.

Menurut Sugiyono (2014) analisis deskriptif adalah “menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi”.

Untuk mendeskripsikan data dari setiap variabel-variabel penelitian yang dilakukan, maka akan dilakukan dengan menyusun tabel distribusi frekuensi untuk mengetahui apakah tingkat perolehan nilai (skor) setiap

variabel penelitian masuk kedalam kategori sangat tidak setuju, tidak setuju, setuju, sangat setuju.

### 3.4.2 Uji Instrumen Penelitian

Jenis data primer perlu dilakukan uji kualitas data. Pengujian kualitas data dilakukan untuk mengetahui konsistensi dan keakuratan data yang dikumpulkan melalui kuisisioner. Berikut ini merupakan uji kualitas data :

#### 1. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisisioner. Pengujian ini memastikan bahwa masing-masing item pertanyaan dalam kuisisioner akan terklarifikasi pada variabel-variabel yang telah ditentukan dan mewakili segala informasi yang seharusnya diukur. Pengujian validitas dilakukan menggunakan SPSS (*Statistical Package For Social Science*) versi 25 dengan cara menghitung korelasi antara skor tiap butir pertanyaan. Dalam penelitian ini validitas yang digunakan adalah dengan uji *Pearson Correlation*, dengan kriteria apabila terjadi korelasi yang signifikan antara masing-masing pertanyaan yang ditunjukkan dengan nilai signifikansi  $< 0,05$  maka dinyatakan valid (Ghozali, 2013).

#### 2. Uji Reliabilitas

Suatu kuisisioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten dari waktu ke waktu. Pengujian reliabilitas menggunakan pengukuran hanya sekali saja dan kemudian

hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain. Uji ini dilakukan dengan menggunakan koefisien *Cronbach's Alpha* dengan program SPSS (*Statistical Package For Social Science*) versi 25. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 (Ghozali, 2013).

### 3.5 Uji Hipotesis

#### 5.5.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Teknik analisis yang digunakan dalam analisis ini adalah regresi linier berganda. Analisis regresi dengan dua atau lebih variabel independen digunakan untuk meramalkan suatu variabel dependen (Y) berdasar dua atau lebih variabel independen (X1, X2, X3, X4) dalam suatu persamaan linier (Ghozali, 2013). Dalam penelitian ini terdapat satu variabel dependen, yaitu minat berwirausaha, dan empat variabel independen, yaitu lingkungan keluarga, pengetahuan kewirausahaan, ekspektasi pendapatan, dan *e-commerce*. Persamaan regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Keterangan :

Y	= Minat Berwirausaha
X1	= Lingkungan Keluarga
X2	= Pengetahuan Kewirausahaan
X3	= Ekspektasi Pendapatan

$X_4$	= <i>E-commerce</i>
$a$	= Nilai Konstanta
$\beta_1 \beta_2 \beta_3$	= Koefisien Masing-masing Variabel
$e$	= Standar Error

### 3.5.2 Uji Koefisien Determinasi $R^2$ .

Nilai R digunakan untuk mengukur tingkat kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen (Ghozali, 2013).

### 3.5.3 Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Menurut Ghozali (2013), uji F digunakan untuk menguji model regresi dalam penelitian ini dalam kondisi layak untuk diinterpretasikan. Penelitian dikatakan memiliki model yang fit dengan data yang dimiliki apabila nilai probabilitas  $< 0,05$  diukur dengan uji *ANOVA*, sebaliknya jika model dalam penelitian ini tidak fit dengan data yang dimiliki maka nilai probabilitas  $> 0,05$ .

### 3.5.4 Uji Secara Parsial ( Uji t)

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) dalam persamaan regresi berganda secara parsial. Uji t juga dilakukan untuk menguji kebenaran koefisien regresi dan melihat apakah koefisien regresi yang diperoleh signifikan atau tidak (Ghozali, 2013). Pengujian dilakukan dengan tingkat keyakinan 95% atau signifikansi ( $\alpha$ ) sebesar 5% atau 0,05. Ketentuan dalam pengujian ini adalah sebagai berikut :

- a. Jika tingkat signifikansi  $< 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Ini berarti bahwa ada pengaruh secara parsial antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).
- b. Jika tingkat signifikansi  $\geq 0,05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Ini berarti bahwa tidak ada pengaruh secara parsial antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y).

## **BAB IV**

### **ANALISIS HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Deskripsi Data Penelitian**

Penelitian ini menggunakan data primer yang dikumpulkan melalui kuisisioner secara online dan dibagikan kepada Responden penelitian. Responden dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta Angkatan 2016. Bab ini akan menjelaskan data yang dikumpulkan akan dianalisis untuk membuktikan pengaruh variabel independen (lingkungan keluarga, pengetahuan kewirausahaan, ekspektasi pendapatan dan *e-commerce*) terhadap variabel dependen (minat berwirausaha). Teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan teknik *convenience sampling* sehingga mendapat data sejumlah 187 Responden. Periode waktu yang digunakan adalah *cross section*, yang merupakan pengambilan data dilakukan hanya sekali.

#### **4.2 Analisis Karakteristik Data Responden**

##### **4.2.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Data mengenai responden berdasarkan jenis kelamin adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.1****Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-Laki	73	39%
Perempuan	114	61%
Total	187	100%

*Sumber: Data primer diolah, 2019*

Berdasarkan tabel 4.1 menunjukkan bahwa jumlah responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 73 orang atau sebesar 39% sedangkan responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 114 orang atau sebesar 61%.

**4.2.2 Responden Berdasarkan Umur**

Data mengenai responden berdasarkan umur adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.2****Berdasarkan Umur**

Umur	Jumlah	Persentase
20 – 30 Tahun	187	100%
Total	187	100%

*Sumber: Data primer diolah, 2019*

Berdasarkan tabel 4.2 menunjukkan bahwa jumlah responden yang berusia 20 – 30 tahun sebanyak 187 atau sebesar 100%.

**4.2.3 Responden Berdasarkan Pengambilan Mata Kuliah Kewirausahaan**

Data mengenai responden berdasarkan pengambilan mata kuliah kewirausahaan adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.3****Berdasarkan Pengambilan Mata Kuliah Kewirausahaan**

Mengambil Mata Kuliah Kewirausahaan	Jumlah	Persentase
Ya	106	57%
Tidak	81	43%
Total	187	100%

*Sumber: Data primer diolah, 2019*

Berdasarkan tabel 4.3 menunjukkan bahwa jumlah responden yang mengambil mata kuliah kewirausahaan sebanyak 106 orang atau sebesar 57% sedangkan responden yang tidak mengambil mata kuliah kewirausahaan sebanyak 81 orang atau sebesar 43%.

**4.2.4 Responden Berdasarkan Kegiatan Kewirausahaan**

Data mengenai responden berdasarkan kegiatan kewirausahaan adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.4****Berdasarkan Kegiatan Kewirausahaan**

Kegiatan Wirausaha	Jumlah	Persentase
Ada	11	6%
Tidak ada	176	94%
Total	187	100%

*Sumber: Data primer diolah, 2019*

Berdasarkan tabel 4.4 menunjukkan bahwa jumlah responden yang mempunyai kegiatan kewirausahaan sebanyak 11 orang atau 6% sedangkan responden yang tidak mempunyai kegiatan kewirausahaan sebanyak 179 orang atau sebesar 94%.

#### 4.2.5 Responden Berdasarkan Usaha yang Dilakukan

Data mengenai responden berdasarkan usaha yang dilakukan adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.5**

##### **Berdasarkan Usaha yang Dilakukan**

Usaha yang Dilakukan	Jumlah	Persentase
Ada	39	21%
Tidak Ada	148	79%
Total	187	100%

*Sumber: Data primer diolah, 2019*

Berdasarkan 4.5 menunjukkan bahwa jumlah responden yang mempunyai usaha sebanyak 39 orang atau sebesar 21% sedangkan responden yang tidak mempunyai usaha sebanyak 148 atau sebesar 79%.

#### 4.2.6 Responden Berdasarkan Pekerjaan Orang Tua

Data mengenai responden berdasarkan pekerjaan orang tua adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.6**

##### **Berdasarkan Pekerjaan Orang Tua**

Pekerjaan Orang Tua	Jumlah	Persentase
Wiraswasta	67	36%
Non Wiraswasta	120	64%
Total	187	100%

*Sumber: Data primer diolah, 2019*

Berdasarkan tabel 4.6 menunjukkan bahwa jumlah responden yang pekerjaan orang tuanya sebagai wiraswasta sebanyak 67 orang atau sebesar 36% sedangkan responden yang pekerjaan orang tuanya sebagai non wiraswasta sebanyak 120 orang atau sebesar 64%.

### 4.3 Analisis Deskriptif

#### 4.3.1 Minat Berwirausaha (Y)

Distribusi Frekuensi sampel penelitian sebanyak 187 orang responden pada variabel minat berwirausaha adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.7**

**Distribusi Frekuensi Variabel Minat Berwirausaha**

Minat Berwirausaha										
Pernyataan	STS		TS		S		SS		Total	
Y1	2	1.1 %	22	11.8 %	114	61.0 %	49	26.2 %	187	100%
Y2	4	2.1 %	15	8.0 %	122	65.2 %	46	24.6 %	187	100%
Y3	3	1.6 %	4	2.1 %	111	59.4 %	69	36.9 %	187	100%
Y4	3	1.6 %	31	16.6 %	122	65.2 %	31	16.6 %	187	100%
Y5	3	1.6 %	22	11.8 %	122	65.2 %	40	21.4 %	187	100%
Y6	3	1.6 %	38	20.3 %	117	62.6 %	29	15.5 %	187	100%
Y7	4	2.1 %	49	26.2 %	108	57.8 %	26	13.9 %	187	100%
Y8	1	0.5 %	15	8.0 %	104	55.6 %	67	35.8 %	187	100%
Y9	4	2.1 %	22	11.8 %	112	59.9 %	49	26.2 %	187	100%

*Sumber: Data primer diolah, 2019*

Pada Tabel 4.7 menunjukkan bahwa Dari 187 orang responden, sejumlah 24 atau sebesar 12.9% responden menyatakan tidak setuju, dan sejumlah 163 atau sebesar 87.2% responden menyatakan setuju dengan pernyataan Y1. Pada pernyataan Y2, sejumlah 19 atau sebesar 10.1% responden menyatakan tidak setuju, dan sejumlah 168 atau sebesar 89.8% responden menyatakan setuju. Pada pernyataan Y3, sejumlah 7 atau sebesar 3.7% responden menyatakan tidak setuju, dan sejumlah 180 atau sebesar 96.3% responden

menyatakan setuju. Pada pernyataan Y4, sejumlah 34 atau sebesar 18.2% responden menyatakan tidak setuju, dan sejumlah 153 atau sebesar 81.8% responden menyatakan setuju. Pada pernyataan Y5, sejumlah 25 atau sebesar 13.4% responden menyatakan tidak setuju, dan sejumlah 162 atau sebesar 86.6% responden menyatakan setuju. Pada pernyataan Y6, sejumlah 41 atau sebesar 21.9% responden menyatakan tidak setuju, dan sejumlah 146 atau sebesar 78.1% responden menyatakan setuju. Pada pernyataan Y7, sejumlah 53 atau sebesar 28.3% responden menyatakan tidak setuju, dan sejumlah 134 atau sebesar 71.7% responden menyatakan setuju. Pada pernyataan Y8, sejumlah 16 atau sebesar 8.5% responden menyatakan tidak setuju, dan sejumlah 171 atau sebesar 91.4% responden menyatakan setuju. Pada pernyataan Y9, sejumlah 26 atau sebesar 13.9% responden menyatakan tidak setuju, dan sejumlah 161 atau sebesar 86.1% responden menyatakan setuju.

#### 4.3.2 Lingkungan Keluarga (X1)

Distribusi Frekuensi sampel penelitian sebanyak 187 orang responden pada variabel lingkungan keluarga adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.8**

#### **Distribusi Frekuensi Variabel Lingkungan Keluarga**

<b>Lingkungan Keluarga</b>										
<b>Pernyataan</b>	<b>STS</b>		<b>TS</b>		<b>S</b>		<b>SS</b>		<b>Total</b>	
X1.1	2	1.1 %	36	19.3 %	107	57.2 %	42	22.5 %	187	100%
X1.2	31	16.6 %	84	44.9 %	44	23.5 %	28	15.0 %	187	100%
X1.3	0	0%	22	11.8 %	119	63.6 %	46	24.6 %	187	100%

X1.4	3	1.6 %	26	13.9 %	120	64.2 %	38	20.3 %	187	100%
------	---	----------	----	-----------	-----	-----------	----	-----------	-----	------

*Sumber: Data primer diolah, 2019*

Pada Tabel 4.8 menunjukkan bahwa Dari 187 orang responden, sejumlah 38 atau sebesar 20.4% responden menyatakan tidak setuju, dan sejumlah 149 atau sebesar 79.7% responden menyatakan setuju dengan pernyataan X1.1. Pada pernyataan X1.2, sejumlah 115 atau sebesar 61.5% responden menyatakan tidak setuju, dan sejumlah 72 atau sebesar 38.5% responden menyatakan setuju. Pada pernyataan X1.3, sejumlah 22 atau sebesar 11.8% responden menyatakan tidak setuju, dan sejumlah 165 atau sebesar 88.2% responden menyatakan setuju. Pada pernyataan X1.4, sejumlah 29 atau sebesar 15.5% responden menyatakan tidak setuju, dan sejumlah 158 atau sebesar 84.5% responden menyatakan setuju.

#### 4.3.3 Pengetahuan Kewirausahaan (X2)

Distribusi Frekuensi sampel penelitian sebanyak 187 orang responden pada variabel pengetahuan kewirausahaan adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.9**

#### **Distribusi Frekuensi Variabel Pengetahuan Kewirausahaan**

<b>Pengetahuan Kewirausahaan</b>										
<b>Pernyataan</b>	<b>STS</b>		<b>TS</b>		<b>S</b>		<b>SS</b>		<b>Total</b>	
X2.1	1	0.5 %	28	15.0 %	119	63.3 %	39	20.9 %	187	100%
X2.2	3	1.6 %	27	14.4 %	129	69.0 %	28	15.0 %	187	100%
X2.3	2	1.1 %	21	11.2 %	139	74.3 %	25	13.4 %	187	100%

*Sumber: Data primer diolah, 2019*

Pada Tabel 4.9 menunjukkan bahwa Dari 187 orang responden, sejumlah 29 atau sebesar 15.5% responden menyatakan tidak setuju, dan sejumlah 158 atau sebesar 84.5% responden menyatakan setuju dengan pernyataan X2.1. Pada pernyataan X2.2, sejumlah 30 atau sebesar 16% responden menyatakan tidak setuju, dan sejumlah 157 atau sebesar 84% responden menyatakan setuju. Pada pernyataan X2.3, sejumlah 23 atau sebesar 12.3% responden menyatakan tidak setuju, dan sejumlah 164 atau sebesar 87.7% responden menyatakan setuju.

#### 4.3.4 Ekspektasi Pendapatan (X3)

Distribusi Frekuensi sampel penelitian sebanyak 187 orang responden pada variabel ekspektasi pendapatan adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.10**

**Distribusi Frekuensi Variabel Ekspektasi Pendapatan**

Ekspektasi Pendapatan										
Pernyataan	STS		TS		S		SS		Total	
X3.1	3	1.6 %	23	12.3 %	103	55.1 %	58	31.0 %	187	100%
X3.2	5	2.7 %	59	31.6 %	77	41.2 %	46	24.6 %	187	100%
X3.3	1	0.5 %	37	16.8 %	98	52.4 %	51	27.3 %	187	100%
X3.4	4	2.1 %	64	34.2 %	80	42.8 %	39	20.9 %	187	100%

*Sumber: Data primer diolah, 2019*

Pada Tabel 4.10 menunjukkan bahwa Dari 187 orang responden, sejumlah 26 atau sebesar 13.9% responden menyatakan tidak setuju, dan sejumlah 161 atau sebesar 86.1% responden menyatakan setuju dengan

pernyataan X3.1. Pada pernyataan X3.2, sejumlah 64 atau sebesar 34.3% responden menyatakan tidak setuju, dan sejumlah 123 atau sebesar 65.8% responden menyatakan setuju. Pada pernyataan X3.3, sejumlah 38 atau sebesar 17.3% responden menyatakan tidak setuju, dan sejumlah 149 atau sebesar 79.7% responden menyatakan setuju. Pada pernyataan X3.4, sejumlah 68 atau sebesar 36.3% responden menyatakan tidak setuju, dan sejumlah 119 atau sebesar 63.7% responden menyatakan setuju.

#### 4.3.5 *E-commerce* (X4)

Distribusi Frekuensi sampel penelitian sebanyak 187 orang responden pada variabel *e-commerce* adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.11**

**Distribusi Frekuensi Variabel *E-Commerce***

<i>E-commerce</i>										
Pernyataan	STS		TS		S		SS		Total	
X4.1	5	2.7 %	23	12.3 %	117	62.6 %	42	22.5 %	187	100%
X4.2	2	1.1 %	18	9.6 %	124	66.3 %	43	23.0 %	187	100%
X4.3	3	1.6 %	24	12.8 %	118	63.1 %	42	22.5 %	187	100%
X4.4	3	1.6 %	21	11.2 %	121	64.7 %	42	22.5 %	187	100%

*Sumber: Data primer diolah, 2019*

Pada Tabel 4.11 menunjukkan bahwa Dari 187 orang responden, sejumlah 28 atau sebesar 15% responden menyatakan tidak setuju, dan sejumlah 159 atau sebesar 85.1% responden menyatakan setuju dengan pernyataan X4.1. Pada pernyataan X4.2, sejumlah 20 atau sebesar 10.7%

responden menyatakan tidak setuju, dan sejumlah 167 atau sebesar 89.3% responden menyatakan setuju. Pada pernyataan X4.3, sejumlah 27 atau sebesar 14.4% responden menyatakan tidak setuju, dan sejumlah 160 atau sebesar 85.6% responden menyatakan setuju. Pada pernyataan X4.4, sejumlah 24 atau sebesar 12.8% responden menyatakan tidak setuju, dan sejumlah 163 atau sebesar 87.2% responden menyatakan setuju.

#### **4.4 Uji Instrumen Penelitian**

##### **4.4.1 Uji Validitas**

Dalam penelitian ini pengujian validitas dilakukan terhadap seluruh kuisisioner yang disebarakan kepada responden yaitu mahasiswa akuntansi angkatan 2016 Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta. Pengujian validitas terhadap variabel dependen dan independen. Variabel dependen yaitu minat berwirausaha dan variabel independen yaitu lingkungan keluarga, pengetahuan kewirausahaan, ekspektasi pendapatan, dan *e-commerce*.

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisisioner. Suatu kuisisioner dikatakan valid jika pernyataan mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuisisioner tersebut. Pengujian ini menggunakan *Pearson correlation* yaitu dengan cara menghitung korelasi antara skor masing-masing butir pernyataan dengan total skor. Suatu pernyataan maupun pertanyaan dikatakan valid jika tingkat signifikansinya dibawah 0,05 (Ghozali, 2013).

Berikut dibawah ini adalah tabel yang menunjukkan hasil pengujian validitas :

**Tabel 4.12**

**Hasil Uji Validitas Variabel Minat Berwirausaha**

Variabel	Item Pernyataan	Pearson Corelation	Sig (2-tailed)	Keterangan
Variabel Minat Berwirausaha	Y1	.000	.651	Valid
	Y2	.000	.766	Valid
	Y3	.000	.617	Valid
	Y4	.000	.741	Valid
	Y5	.000	.767	Valid
	Y6	.000	.731	Valid
	Y7	.000	.698	Valid
	Y8	.000	.736	Valid
	Y9	.000	.761	Valid

*Sumber: Data primer diolah, 2019*

**Tabel 4.13**

**Hasil Uji Validitas Variabel Lingkungan Keluarga**

Variabel	Item Pernyataan	Pearson Corelation	Sig (2-tailed)	Keterangan
Variabel Lingkungan Keluarga	X1.1	.000	.699	Valid
	X1.2	.000	.732	Valid
	X1.3	.000	.739	Valid
	X1.4	.000	.744	Valid

*Sumber: Data primer diolah, 2019*

**Tabel 4.14**

**Hasil Uji Validitas Variabel Pengetahuan Kewirausahaan**

Variabel	Item Pernyataan	Pearson Corelation	Sig (2-tailed)	Keterangan
Variabel Pengetahuan Kewirausahaan	X2.1	.000	.795	Valid
	X2.2	.000	.837	Valid
	X2.3	.000	.869	Valid

*Sumber: Data primer diolah, 2019*

**Tabel 4.15****Hasil Uji Validitas Variabel Ekspetasi Pendapatan**

Variabel	Item Pernyataan	Pearson Corelation	Sig (2-tailed)	Keterangan
Variabel Ekspetasi Pendapatan	X3.1	.000	.733	Valid
	X3.2	.000	.890	Valid
	X3.3	.000	.801	Valid
	X3.4	.000	.890	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2019

**Tabel 4.16****Hasil Uji Validitas Variabel E-commerce**

Variabel	Item Pernyataan	Pearson Corelation	Sig (2-tailed)	Keterangan
Variabel E-commerce	X4.1	.000	.926	Valid
	X4.2	.000	.922	Valid
	X4.3	.000	.945	Valid
	X4.4	.000	.872	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2019

#### 4.4.2 Uji Reliabilitas

Dalam penelitian ini pengujian reabilitas dilakukan terhadap kuisisioner variabel dependen dan variabel independen dimana variabel tersebut telah melalui proses pengujian validitas sebelumnya. Seperti halnya uji validitas, pengujian reliabilitas juga dilakukan pada seluruh responden penelitian. Ghozali (2013) menyatakan bahwa uji reliabilitas diukur dengan uji statistik *Cronbach's Alpha* ( $\alpha$ ), yaitu suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach's Alpha* ( $\alpha$ ) > 0,60. Berikut dibawah ini adalah tabel yang menunjukkan hasil pengujian reliabilitas:

Tabel 4.17

## Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Minat Berwirausaha	.883	Reliabel
Lingkungan Keluarga	.683	Reliabel
Pengetahuan Kewirausahaan	.775	Reliabel
Ekspetasi Pendapatan	.850	Reliabel
<i>E-commerce</i>	.936	Reliabel

Sumber: Data primer diolah, 2019

## 4.5 Uji Hipotesis

### 4.5.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 4.18

## Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
(Constant)	.321	.180	
Lingkungan Keluarga	.134	.045	.151
Pengetahuan Kewiruwasaan	.577	.048	.610
Ekspetasi Pendapatan	.094	.038	.126
<i>E-Commerce</i>	.117	.039	.148

Sumber: Data primer diolah, 2019

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda pada tabel 4.18, dapat diperoleh persamaan regresi:

$$y = 0.321 + 0.134 X_1 + 0.577 X_2 + 0.094 X_3 + 0.117 X_4$$

- a. Nilai konstanta 0,321 artinya jika variabel independen yaitu Lingkungan Keluarga, Pengetahuan Kewirausahaan, Ekspetasi Pendapatan dan *E-commerce* tidak berubah atau konstan, maka Minat Berwirausaha sebesar 0,321

- b. Nilai koefisien Lingkungan Keluarga adalah 0,134 yang dapat diartikan apabila variabel Lingkungan Keluarga meningkat 1 satuan maka Minat Berwirausaha akan mengalami peningkatan sebesar 0,134 dengan asumsi variabel lainnya dalam keadaan konstan.
- c. Nilai koefisien Pengetahuan Kewirausahaan adalah 0,577 yang dapat diartikan apabila variabel Pengetahuan Kewirausahaan meningkat 1 satuan maka Minat Berwirausaha akan mengalami peningkatan sebesar 0,577 dengan asumsi variabel lainnya dalam keadaan konstan.
- d. Nilai koefisien Ekspetasi Pendapatan adalah 0,094 yang dapat diartikan apabila variabel Ekspetasi Pendapatan meningkat 1 satuan maka Minat Berwirausaha akan mengalami peningkatan sebesar 0,094 dengan asumsi variabel lainnya dalam keadaan konstan.
- e. Nilai koefisien *E-commerce* adalah 0,117 yang dapat diartikan apabila variabel *E-commerce* meningkat 1 satuan maka Minat Berwirausaha akan mengalami peningkatan sebesar 0,117 dengan asumsi variabel lainnya dalam keadaan konstan.

#### 4.5.2 Uji Koefisien Determinasi $R^2$

**Tabel 4.19**

**Hasil Uji Koefisien Determinasi  $R^2$**

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	.774 <sup>a</sup>	.599	.590

*Sumber: Data primer diolah, 2019*

Berdasarkan hasil Uji Koefisien Determinasi  $R^2$  pada tabel 4.19 menunjukkan besarnya Koefisien Determinasi  $R^2$  sebesar 0,590 yang berarti variabel independen (Lingkungan Keluarga, Pengetahuan Kewirausahaan, Ekspektasi Pendapatan dan *E-commerce*) secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen (Minat Berwirausaha) sebesar 0,590 atau 59% dan sisanya yang sebesar 0,410 atau 41% itu dipengaruhi oleh variabel-variabel lain.

#### 4.5.3 Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

**Tabel 4.20**

**Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)**

Model	F	Sig.
Regression	67.856	.000 <sup>b</sup>

Sumber: Data primer diolah, 2019

Berdasarkan hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F) pada tabel 4.20 diketahui F hitung sebesar 67,856 dan probabilitas sebesar 0,000. Adapun nilai  $\text{Sig } F_{\text{hitung}} < 5\%$  ( $0,000 < 0,05$ ), maka dapat dikatakan bahwa persamaan regresi dalam penelitian ini dalam kondisi *goodness of fit* atau layak (*fit*) untuk diinterpretasikan.

#### 4.5.4 Uji Secara Parsial ( Uji t)

**Tabel 4.21**

**Hasil Uji Secara Parsial ( Uji t)**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
Lingkungan Keluarga	.134	.045	.151	2.944	.004
Pengetahuan Kewirausahaan	.577	.048	.610	12.071	.000
Ekspetasi Pendapatan	.094	.038	.126	2.477	.014
<i>E-commerce</i>	.117	.039	.148	2.953	.004

*Sumber: Data primer diolah, 2019*

Berdasarkan hasil Pengujian hipotesis menggunakan uji t untuk menguji signifikansi koefisien regresi dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Pada tabel 4.21, dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Uji t antara Lingkungan Keluarga ( $X_1$ ) terhadap Minat Berwirausaha (Y) menghasilkan t hitung 2,944 dan nilai signifikansi  $0,004 < 0,05$ . Atas hasil tersebut, maka  $H_1$  diterima dan tercapai kesimpulan bahwa Lingkungan Keluarga berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha.
- b. Uji t antara Pengetahuan Kewirausahaan ( $X_2$ ) terhadap Minat Berwirausaha (Y) menghasilkan t hitung 12,071 dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Atas hasil tersebut, maka  $H_2$  diterima dan tercapai kesimpulan bahwa Pengetahuan Kewirausahaan berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha.
- c. Uji t antara Ekspektasi Pendapatan ( $X_3$ ) terhadap Minat Berwirausaha (Y) menghasilkan t hitung 2,477 dan nilai signifikansi  $0,014 < 0,05$ .

Atas hasil tersebut, maka  $H_3$  diterima dan tercapai kesimpulan bahwa Ekspektasi Pendapatan berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha.

- d. Uji t antara *E-commerce* ( $X_4$ ) terhadap Minat Berwirausaha (Y) menghasilkan t hitung 2,953 dan nilai signifikansi  $0,004 < 0,05$ . Atas hasil tersebut, maka  $H_4$  diterima dan tercapai kesimpulan bahwa *E-commerce* berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha

## **4.6 Pembahasan Hasil Penelitian**

### **4.6.1 Pengaruh Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha**

Uji t antara Lingkungan Keluarga ( $X_1$ ) terhadap Minat Berwirausaha (Y) menghasilkan t hitung 2,944 dan nilai signifikansi  $0,004 < 0,05$ . Atas hasil tersebut, maka  $H_1$  diterima dan tercapai kesimpulan bahwa Lingkungan Keluarga berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha.

Lingkungan keluarga adalah tempat pertama kehidupan dimulai dan sangat berpengaruh terhadap keberhasilan siswa (Djaali, 2012). Sedangkan minat berwirausaha adalah keinginan, ketertarikan serta kesediaan untuk bekerja keras atau berkemauan keras untuk berdikari atau berusaha memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa merasa takut dengan resiko yang akan terjadi, serta senantiasa belajar dari kegagalan yang dialami (Santoso, 2013). Buchari (2011) mengungkapkan bahwa ada pengaruh dari orang tua yang bekerja sendiri, dan memiliki usaha sendiri memiliki kecenderungan anaknya akan menjadi pengusaha pula. Keadaan ini sering kali memberi inspirasi pada anak sejak kecil. Anak yang memiliki orang tua pengusaha atau hidup dalam

lingkungan keluarga wirausahawan akan memperoleh pengetahuan pada masa-masa awal sehingga membentuk sikap dan persepsi mengenai kepercayaan akan kemampuan berwirausaha. Menjadi seorang wirausaha tidak lepas dari dukungan orang tua atau keluarganya. Apabila keluarga memberi dukungan serta pengaruh positif terhadap minat berwirausaha maka seseorang akan memiliki minat berwirausaha.

Mustofa (2014) berpendapat bahwa minat berwirausaha timbul karena adanya perasaan senang terhadap kegiatan berwirausaha. Berdasarkan *Theory of Planned Behaviour*, menjelaskan bahwa suatu perilaku akan dilakukan jika seseorang pada dasarnya memiliki keinginan atau rencana untuk melakukannya. Dengan kata lain, semakin kuat keinginan pada diri seseorang tersebut untuk melakukan sesuatu, maka akan semakin kuat pula niat atau motivasi untuk menampilkan suatu perilaku Jogiyanto (2007) dalam Saputri (2019). Menurut Buchari (2011) lingkungan keluarga dapat mempengaruhi seseorang untuk menjadi wirausaha dapat dilihat dari segi faktor pekerjaan orang tua, dari orang tua yang bekerja sendiri dan memiliki usaha sendiri maka cenderung anaknya akan menjadi pengusaha. Menurut *Theory of Planned Behaviour* keputusan berwirausaha dipengaruhi oleh salah satu faktor eksternal yaitu lingkungan keluarga. Adanya faktor lingkungan keluarga tersebut maka minat berwirausaha siswa akan tinggi karena adanya dorongan dari keluarga.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Setiawan (2016) Studi Kasus Pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Negeri

Yogyakarta, Septianti (2016) Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Tridinanti Palembang, Noviantoro dan Rahmawati (2017) Studi Kasus Pada Mahasiswa Akuntansi FE UNY, Syaifudin (2017) Studi Kasus pada Mahasiswa Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, yang mengatakan bahwa lingkungan keluarga berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Namun hasil yang berbeda pada penelitian yang dilakukan oleh Saputri (2019) Studi Kasus Pada Alumni Program Studi Akuntansi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta, yang menyatakan bahwa lingkungan keluarga tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha.

#### **4.6.2 Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha**

Uji  $t$  antara Pengetahuan Kewirausahaan ( $X_2$ ) terhadap Minat Berwirausaha ( $Y$ ) menghasilkan  $t$  hitung 12,071 dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Atas hasil tersebut, maka  $H_2$  diterima dan tercapai kesimpulan bahwa Pengetahuan Kewirausahaan berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha.

Pengetahuan merupakan kemampuan yang dimiliki seseorang untuk menghafal, mengingat, memahami atau mengulangi informasi yang pernah diberikan (Djaali, 2012). Sedangkan kewirausahaan dapat diartikan sebagai kemampuan dalam berfikir kreatif dan berperilaku inovatif yang dijadikan sebagai dasar, sumber daya, tenaga penggerak, tujuan, siasat, kiat dan proses dalam menghadapi tantangan hidup (Suryana, 2013).

Suryana dan Bayu (2010) dalam Saputri (2019) mengungkapkan seorang wirausaha tidak akan berhasil apabila tidak memiliki pengetahuan, kemampuan, dan kemauan. Ada kemauan, tetapi tidak memiliki kemampuan dan pengetahuan, maka akan sulit berkembang dan berhasil. Sebaliknya, memiliki pengetahuan dan kemampuan, tetapi tidak disertai dengan kemauan, maka tidak akan terwujud menjadi wirausahawan. Menurut *Theory of planned Behavior* keputusan berwirausaha dipengaruhi oleh salah satu faktor internal yaitu pembelajaran pengetahuan kewirausahaan bisa didapat melalui pembelajaran, baik pembelajaran didalam kelas maupun diluar kelas. Nursito dan Nugroho (2013) yang menyatakan bahwa pengetahuan kewirausahaan didefinisikan sebagai tingkat pengetahuan sebagai hasil belajar setelah mengikuti proses pendidikan kewirausahaan yang diperlukan untuk memulai dan menjalankan usaha.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Setiawan (2016) Studi Kasus Pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Negeri Yogyakarta, Noviantoro dan Rahmawati (2017) Studi Kasus Pada Mahasiswa Akuntansi FE UNY, Syaifudin (2017) Studi Kasus pada Mahasiswa Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, Saputri (2019) Studi Kasus Pada Alumni Program Studi Akuntansi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta yang mengatakan bahwa pengetahuan kewirausahaan berpengaruh terhadap minat berwirausaha.

#### **4.6.3 Pengaruh Ekspektasi Pendapatan terhadap Minat Berwirausaha**

Uji t antara Ekspektasi Pendapatan ( $X_3$ ) terhadap Minat Berwirausaha (Y) menghasilkan t hitung 2,477 dan nilai signifikansi  $0,014 < 0,05$ . Atas hasil tersebut, maka  $H_3$  diterima dan tercapai kesimpulan bahwa Ekspektasi Pendapatan berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha.

Pendapatan adalah arus masuk bruto dari manfaat ekonomi yang timbul dari suatu aktivitas normal entitas dalam suatu periode jika arus masuk tersebut mengakibatkan kenaikan ekuitas, yang tidak berasal dari kontribusi penanaman modal (PSAK No.23, 2009) dalam Saputri (2019). Sedangkan ekspektasi pendapatan adalah harapan seseorang atas pendapatan yang diterimanya baik berupa uang maupun barang guna memenuhi kehidupannya (Setiawan, 2016). Ekspektasi pendapatan merupakan harapan seseorang terhadap pendapatan dari hasil pekerjaannya. Seseorang yang berwirausaha menginginkan pendapatan yang lebih besar dari pada menjadi karyawan, semakin tinggi pendapatan yang diharapkan melalui wirausaha maka akan semakin tinggi pula minat seseorang untuk berwirausaha. Keinginan untuk memperoleh pendapatan itulah yang dapat menimbulkan minat untuk berwirausaha (Suhartini, 2011). Semakin tinggi harapan untuk mendapat pendapatan yang lebih tinggi dengan berwirausaha, maka hal tersebut akan mendorong seseorang untuk berwirausaha (Adhitama, 2014). Berwirausaha akan memiliki peluang mendapatkan pendapatan yang tidak terbatas, hal tersebut yang menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi seseorang untuk

berwirausaha. Dengan adanya harapan pendapatan yang tidak terbatas tersebut maka akan mendorong seseorang untuk berwirausaha.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Setiawan (2016) Studi Kasus Pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Negeri Yogyakarta, Septianti (2016) Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Tridinanti Palembang, yang mengatakan bahwa ekspektasi pendapatan berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Namun hasil yang berbeda pada penelitian yang dilakukan oleh Saputri (2019) Studi Kasus Pada Alumni Program Studi Akuntansi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta, yang menyatakan bahwa ekspektasi pendapatan tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha.

#### **4.6.4 Pengaruh *E-commerce* terhadap Minat Berwirausaha**

Uji  $t$  antara *E-commerce* ( $X_4$ ) terhadap Minat Berwirausaha ( $Y$ ) menghasilkan  $t$  hitung 2,953 dan nilai signifikansi  $0,004 < 0,05$ . Atas hasil tersebut, maka  $H_4$  diterima dan tercapai kesimpulan bahwa *E-commerce* berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha.

Pengertian *e-commerce* menurut Kotler et al (2012) dalam Pramiswari dan Dharmadiaksa (2017) adalah penggunaan *website* untuk bertransaksi atau memfasilitasi penjualan produk dan jasa secara online dapat juga dijadikan alat untuk membeli dan menjual produk atau jasa melalui internet dengan menggunakan sistem komputer untuk meningkatkan efisiensi perusahaan secara keseluruhan. Biasanya terdiri dari perdagangan yang terjadi melalui

pembeli mengunjungi *website* penjual dan transaksi online. *Electronic Commerce* menggambarkan proses pembelian, penjualan, transfer, atau pertukaran produk, jasa dan informasi melalui jaringan komputer, termasuk internet Sutanto (2000) dalam Pramiswari dan Dharmadiaksa (2017).

Suryadinata (2001) dalam Pramiswari dan Dharmadiaksa (2017) juga mengemukakan bahwa sebagai media informasi dan promosi, situs web sebagai salah satu bentuk *e-commerce* adalah media dengan daya jangkauan luas serta paling murah. Hal ini dikarenakan situs web adalah media informasi yang dapat diakses dari segala penjuru dunia atau negara manapun selama jaringan internet tersedia. Oleh karena itu bagi dunia usaha kecil dan menengah situs web adalah media promosi yang paling tepat. Mudah-mudahan akses internet baik melalui wifi ataupun perangkat *gadget* memudahkan masyarakat untuk memberikan informasi mengenai suatu produk atau jasa yang dicari. Maka dari itu, dengan modal yang relatif rendah *e-commerce* merupakan salah satu solusi yang dapat digunakan untuk membantu dalam kegiatan jual-beli barang maupun jasa. Kegiatan bisnis yang semakin berpusat pada manusia (*human centered business*), menyebabkan individu menjadi faktor terpenting dalam proses perubahan dunia bisnis. Oleh karena itu, pengembangan individu merupakan suatu hal yang penting untuk dilakukan, agar organisasi mampu bersaing dalam era perubahan saat ini.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sari dan Wibawa (2017) Studi Kasus Pada Siswa SMK NEGERI NGRAHO, Yadewani dan Wijaya (2017) Studi Kasus Pada AMIK Jayanusa Padang,

yang menyatakan bahwa *e-commerce* berpengaruh terhadap minat berwirausaha.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN**

#### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan analisis hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat dicapai kesimpulan sebagai berikut:

- a. Lingkungan Keluarga berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta.
- b. Pengetahuan Kewirausahaan berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta.
- c. Ekspektasi Pendapatan berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta.
- d. *E-commerce* berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta.

#### **5.2. Keterbatasan**

Adapun keterbatasan dalam penelitian ini, yaitu :

- a. Kurangnya pengetahuan mahasiswa akuntansi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta terhadap penggunaan *e-commerce* untuk berwirausaha.
- b. Kurangnya antusias responden dalam pengisian kuisioner penelitian.

### 5.3. Saran

Peneliti mengajukan saran kepada pihak terkait sebagai berikut:

- a. Bagi Praktisi Pendidikan,  
Hasil penelitian ini dapat menjadi informasi yang berguna dalam mempertimbangkan pengaruh lingkungan keluarga, pengetahuan kewirausahaan, ekspektasi pendapatan dan *e-commerce* terhadap minat berwirausaha.
- b. Bagi Peneliti Selanjutnya  
Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat mencari variabel-variabel independen lain yang tidak dimasukkan pada penelitian ini.
- c. Bagi Alumni dan Mahasiswa  
Dalam berwirausaha *e-commerce* ini sangat diperlukan, karena tidak ada batas teritorial dalam perdagangan, pemasarannya yang luas dan terjangkau, mudah di akses sehingga mudah digunakan dalam berwirausaha. *E-commerce* ini sangat baik diterapkan dalam berwirausaha sehingga bisa memaksimalkan usaha yang di jalankan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adhitama, P. P. (2014). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Undip Semarang). Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- Agung, Alvian Dhian, Sumaryanto. (2017). Pengaruh Motivasi dan Mental Berwirausaha terhadap Minat Mahasiswa Akuntansi untuk Berwirausaha.
- Azwar S. (2013) *Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Buchari, Alma. (2011). *Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta
- Basrowi. (2011). *Kewirausahaan Untuk Perguruan Tinggi*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Cahyaning, P. (2014). Pengaruh Sikap Mandiri dan Pengaruh Teman Sebaya terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Akuntansi Angkatan 2011 Muhammadiyah Surakarta.
- Djaali, H. (2012). *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara
- Dalyono. (2015). *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS19*. Edisi 5. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hendro. (2011). *Dasar-Dasar Kewirausahaan*. Jakarta: Erlangga
- Kartavianus, Okky. 2012. Faktor-Faktor Penentu Keputusan Pembelian Melalui E-Commerce. Jurnal Binus University. Jakarta.
- Kasmir. (2011). *Kewirausahaan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Khairani, Makmun. (2014). *Psikologi Belajar*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Mustofa, Muchammad Arif. (2014). Pengaruh Kewirausahaan, Self Efficacy dan Karakter Wirausaha terhadap Minat Berwirausaha pada Siswa Kelas XI SMK Negeri 1 Depok Kabupaten Sleman. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Noviantoro, Galih, dan Rahmawati, Dian. (2015). Effect Of Entrepreneurship Knowledge, Entrepreneurial Motivation, and Family Environment for Interest In Entrepreneurship On Accounting Student of Economics Faculty of Yogyakarta State University. *Economics Faculty of Yogyakarta State University 2015*.
- Nursito, dan Nugroho. (2013). Analisis Pengaruh Interaksi Pengetahuan Kewirausahaan dan Efikasi Diri Terhadap Intensi Kewirausahaan Studi Kasus pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta di Surakarta. Jurnal Psikologi.

- Pramiswari, Dewa, A,Y, dan Dharmadiaksa, I, B. (2017). Pengaruh E-commerce dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi dalam Pengambilan Keputusan untuk Berwirausaha Studi Kasus Mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Udayana.
- Purwanto, Ngalim. (2014). *Psikologi Pendidikan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Rusdiana, A. (2013). *Kewirausahaan Teori dan Praktik*. Bandung Pustaka Setia.
- Santoso, D. (2013). *Modul Pembelajaran Kewirausahaan*, Jakarta: Direktorat Jenderal Pembelajaran dan Kemahasiswaan, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.
- Saputri, A, Pungkas. (2019). Pengaruh Lingkungan Keluarga, Pengetahuan Kewirausahaan, Ekspetasi Pendapatan Dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha.
- Sari, Diyah C,K, dan Wibawa, Setya C. (2017). Pengaruh Penggunaan E-commerce Dalam Proses Penjualan Terhadap Minat Berwirausaha.
- Sekaran, Uma. (2011). *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Septianti. (2016) Pengaruh Motivasi, Lingkungan Keluarga Dan Ekspetasi Pendapatan Terhadap Minat Berwirausaha.
- Seprina, I, Suryono, H, dan Komalasari, D. (2017). Motivasi Penggunaan E-commerce dalam Berwirausaha pada Siswa SMK Bina Jaya.
- Setiawan, D. (2016). Pengaruh Ekspetasi Pendapatan, Lingkungan Keluarga dan Pendidikan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha.
- Slameto. (2013). *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: Bina Aksara.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhartini, Y. (2011). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa dalam Berwiraswasta*. Akmenika UPY Volume 7.
- Sukardi. (2011). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara
- Suryana. (2013). *Kewirausahaan: Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta : Salemba Empat.
- Syaifudin, Achmad. (2017). Pengaruh Kepribadian, Lingkungan Keluarga dan Pendidikan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Akuntansi.

Utin, Hermina. (2011). Pengaruh Mata Kuliah Kewirausahaan terhadap Minat Mahasiswa Menjadi Wirausaha pada Program Studi Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Pontianak. *Jurnal Eksos*

Yadewani, D, dan Wijaya, R. (2017). Pengaruh E-commerce Terhadap Minat Berwirausaha.

Yusuf, Syamsu. (2015). *Psikologi Perkembangan Anak dan Remaja*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/04/29/jumlah-penduduk-indonesia-269-juta-jiwa-terbesar-keempat-dunia>

<https://www.bps.go.id/pressrelease/2019/05/06/1564/februari-2019--tingkat-pengangguran-terbuka--tpt--sebesar-5-01-persen.html>

<https://katadata.co.id/infografik/2019/05/17/angka-pengangguran-lulusan-perguruan-tinggi-meningkat>

<https://www.liputan6.com/news/read/3683916/peluang-jadi-pns-kecil-jusuf-kalla-dorong-mahasiswa-jadi-wirasahawan>

# LAMPIRAN

## **Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian**

### **KUISISIONER PENELITIAN**

#### **PENGARUH LINGKUNGAN KELUARGA, PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN, EKSPETASI PENDAPATAN DAN *E-COMMERCE* TERHADAP MINAT BERWIRUASAH MAHASISWA AKUNTANSI**

**(Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas  
Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta)**

Kepada Saudara/i Responden

Dengan hormat,

Saya memohon kesediaan Saudara/i untuk meluangkan waktu sejenak untuk mengisi kuisisioner atau angket penelitian ini. Kuisisioner ini digunakan sepenuhnya untuk kepentingan penelitian dan pendidikan dan tidak ada unsur yang menyesatkan dalam penggunaannya. Saya mohon kesediaan Saudara/i untuk menjawab pernyataan dengan jujur dan benar.

Sesuai dengan kode etik penelitian, jawaban Saudara/i akan saya jaga kerahasiaannya. Atas waktu dan kerja sama Saudara/i saya ucapkan terima kasih.

**Hormat saya**

**Amid Hamdani**

## LEMBAR KUISIONER

### A. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : L/P
3. Umur :
4. Alamat E-mail :
5. Mengambil Mata kuliah Kewirausahaan : YA/TIDAK
6. Kegiatan Kewirausahaan :  
(bagi yang mengikuti kegiatan kewirausahaan)
7. Usaha yang dilakukan :  
(bagi yang berwirausaha)
8. Pekerjaan Orang Tua :

### B. DAFTAR PERNYATAAN

Mohon Saudara/i memberikan jawaban yang sesuai dengan pendapat dari Saudara/i.

- |     |                       |    |                 |
|-----|-----------------------|----|-----------------|
| STS | : Sangat Tidak Setuju | S  | : Setuju        |
| TS  | : Tidak Setuju        | SS | : Sangat Setuju |

#### 1. Minat Berwirausaha

Minat berwirausaha merupakan keinginan dalam diri individu yang berjiwa berani menciptakan usaha agar meraih sukses untuk kehidupan yang lebih baik.

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1	Saya mempunyai kemauan keras berwirausaha untuk memenuhi kebutuhan hidup.				
2	Saya mempunyai keyakinan bahwa saya mampu berwirausaha.				

3	Saya mempunyai sikap jujur dan tanggung jawab dalam berwirausaha.				
4	Saya mempunyai ketahanan fisik, mental, ketekunan dalam memulai usaha yang baru.				
5	Saya bekerja dan berusaha untuk memulai usaha yang baru.				
6	Saya mempunyai pemikiran yang kreatif untuk menemukan produk baru.				
7	Saya mempunyai pemikiran yang konstruktif untuk menemukan produk baru.				
8	Saya berorientasi ke masa depan dalam berwirausaha.				
9	Saya berani mengambil resiko dalam berwirausaha.				

Sumber : Saputri (2019)

## 2. Lingkungan Keluarga

Lingkungan keluarga merupakan lingkungan sebagai pendidikan utama yang pertama kali diterima oleh seorang anak karena dalam keluarga inilah anak pertama kali mendapatkan pendidikan dan bimbingan setelah mereka dilahirkan.

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1	Orang tua yang berwirausaha akan memotivasi saya untuk menjadi seorang wirausaha.				
2	Orang tua saya adalah seorang wirausaha.				
3	Orang tua saya mendukung jika saya menjadi seorang wirausaha.				
4	Orang tua saya senang apabila saya menjadi seorang wirausaha.				

Sumber : Saputri (2019)

### 3. Pengetahuan Kewirausahaan

Pengetahuan kewirausahaan merupakan tingkat pengetahuan sebagai hasil belajar setelah mengikuti proses pendidikan kewirausahaan yang diperlukan untuk memulai dan menjalankan usaha.

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1	Saya berani mengambil resiko dalam menjalankan usaha saya.				
2	Saya bisa menganalisis peluang usaha yang ada.				
3	Saya mampu menghadapi permasalahan dalam usaha yang saya jalankan.				

*Sumber : Saputri (2019)*

### 4. Ekspektasi Pendapatan

Ekspektasi pendapatan merupakan harapan untuk memperoleh penghasilan lebih tinggi sehingga dengan ekspektasi pendapatan yang lebih tinggi maka akan semakin meningkatkan minat berwirausaha pada mahasiswa.

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1	Dengan menjadi seorang wirausaha, saya akan memperoleh pendapatan lebih besar dari pada menjadi pekerja.				
2	Pendapatan yang tinggi merupakan alasan saya untuk menjadi wirausaha.				
3	Menjadi wirausaha akan memperoleh pendapatan yang tidak terbatas.				
4	Memperoleh pendapatan yang tidak terbatas merupakan alasan saya untuk berwirausaha.				

*Sumber : Saputri (2019)*

### 5. *E-commerce*

*E-commerce* merupakan penggunaan *website* untuk bertransaksi atau memfasilitasi penjualan produk dan jasa secara online dapat juga dijadikan alat untuk membeli dan menjual produk atau jasa melalui internet dengan menggunakan sistem komputer untuk meningkatkan efisiensi perusahaan secara keseluruhan.

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1	Saya berencana untuk menjual produk melalui <i>e-commerce</i> .				
2	Saya berkeinginan untuk menjual produk melalui <i>e-commerce</i> .				
3	Saya akan menjual produk melalui <i>e-commerce</i> .				
4	Saya akan merekomendasikan teman untuk menjual produk melalui <i>e-commerce</i> .				

Sumber : Yadewani dan Wijaya (2017)

## Lampiran 2. Tabulasi

### 1. Minat Berwirausaha

MINAT BERWIRAUSAHA										
Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	TOTAL	RATA-RATA
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3
4	3	3	2	3	2	2	4	3	26	2.88888889
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3
2	3	2	2	3	3	3	2	2	22	2.44444444
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3
2	2	1	2	3	2	2	3	3	20	2.22222222
4	4	4	4	4	4	4	4	3	35	3.88888889
2	2	3	2	3	3	3	3	3	24	2.66666667
3	3	3	3	4	3	3	3	3	28	3.11111111
3	3	4	3	3	3	3	3	3	28	3.11111111
4	3	3	3	3	3	3	3	3	28	3.11111111
4	4	4	4	4	3	3	4	4	34	3.77777778
3	4	3	4	4	3	3	3	4	31	3.44444444
3	3	3	2	2	2	2	3	3	23	2.55555556
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3
2	3	4	3	3	2	2	4	3	26	2.88888889
3	3	3	3	2	3	3	2	3	25	2.77777778
4	3	3	3	4	3	3	4	4	31	3.44444444
3	2	3	3	3	3	3	3	3	26	2.88888889
3	3	3	3	3	2	2	3	3	25	2.77777778
3	4	4	4	4	3	3	4	4	33	3.66666667
3	2	3	2	2	3	2	2	2	21	2.33333333
3	4	4	4	4	4	4	4	4	35	3.88888889
4	3	4	3	3	3	2	3	4	29	3.22222222

3	3	2	3	4	2	3	3	2	25	2.77777778
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3
4	4	4	3	4	4	4	3	4	34	3.77777778
4	4	4	2	2	2	2	3	3	26	2.88888889
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4
3	3	4	3	3	3	3	4	2	28	3.11111111
4	3	3	3	3	3	3	4	3	29	3.22222222
3	3	3	3	3	3	2	2	3	25	2.77777778
3	3	3	3	3	2	2	3	3	25	2.77777778
3	3	4	3	4	3	2	3	4	29	3.22222222
3	4	4	4	3	3	3	4	4	32	3.55555556
1	1	3	3	1	1	1	1	1	13	1.44444444
4	3	4	3	3	3	3	3	3	29	3.22222222
4	2	4	3	3	2	2	3	3	26	2.88888889
3	3	3	2	3	3	2	4	3	26	2.88888889
4	4	4	2	3	3	3	3	3	29	3.22222222
3	3	3	3	3	2	3	3	2	25	2.77777778
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3
3	3	4	4	4	3	3	4	4	32	3.55555556
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3
3	3	4	3	4	4	4	4	3	32	3.55555556
2	2	4	2	2	3	3	3	3	24	2.66666667
4	3	3	3	2	2	2	3	3	25	2.77777778
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4
2	2	3	2	2	3	2	2	2	20	2.22222222
4	4	4	4	4	3	4	4	4	35	3.88888889
3	3	4	3	3	3	3	3	3	28	3.11111111
4	3	4	3	3	3	2	3	2	27	3

3	3	3	2	3	2	2	3	3	24	2.66666667
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3
3	2	3	2	2	2	2	2	1	19	2.11111111
3	3	3	2	3	2	2	3	3	24	2.66666667
4	3	3	3	3	4	4	3	3	30	3.33333333
3	3	3	3	3	3	3	3	2	26	2.88888889
3	3	3	3	3	2	2	3	3	25	2.77777778
3	4	3	4	3	3	3	3	4	30	3.33333333
2	3	3	3	3	4	3	4	3	28	3.11111111
2	2	3	3	3	3	3	3	2	24	2.66666667
3	3	4	3	2	3	3	3	3	27	3
4	3	4	3	3	3	3	3	3	29	3.22222222
3	2	3	2	3	3	3	3	2	24	2.66666667
2	2	3	2	2	2	2	3	3	21	2.33333333
4	4	3	3	4	2	2	3	3	28	3.11111111
4	3	4	3	4	3	4	4	4	33	3.66666667
3	3	4	3	3	4	4	3	3	30	3.33333333
3	2	3	3	3	3	3	3	3	26	2.88888889
4	4	4	3	4	2	3	4	3	31	3.44444444
2	3	3	3	3	2	2	3	3	24	2.66666667
4	4	4	3	3	3	3	4	3	31	3.44444444
3	3	4	3	3	2	2	3	2	25	2.77777778
4	2	2	2	4	4	4	4	4	30	3.33333333
4	3	3	3	3	4	3	4	3	30	3.33333333
3	3	3	3	3	2	2	3	3	25	2.77777778
3	3	3	2	3	3	1	4	3	25	2.77777778
2	3	4	3	4	3	3	3	3	28	3.11111111
4	4	4	3	3	3	3	3	4	31	3.44444444
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3
3	4	3	3	3	3	3	4	4	30	3.33333333

3	4	4	4	4	4	2	4	4	33	3.66666667
3	3	3	2	2	3	3	2	2	23	2.55555556
1	1	1	1	1	2	2	2	2	13	1.44444444
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3
3	4	4	3	4	3	3	4	4	32	3.55555556
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3
2	4	4	4	3	4	4	4	4	33	3.66666667
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3
2	3	3	2	2	2	2	2	2	20	2.22222222
4	3	3	3	3	3	2	4	3	28	3.11111111
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3
3	4	4	4	3	4	3	4	2	31	3.44444444
3	3	3	2	3	4	4	3	3	28	3.11111111
3	3	3	3	3	3	3	4	3	28	3.11111111
3	3	4	4	2	2	2	2	3	25	2.77777778
3	4	4	3	3	3	3	3	4	30	3.33333333
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3
3	4	3	3	3	3	3	3	4	29	3.22222222
3	3	4	3	2	3	3	3	3	27	3
3	3	3	3	3	3	2	2	3	25	2.77777778
4	4	3	3	3	3	3	4	3	30	3.33333333
3	3	3	3	3	2	2	3	3	25	2.77777778
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3
3	3	4	4	4	4	4	3	4	33	3.66666667
3	3	4	4	4	4	4	4	4	34	3.77777778
2	3	3	3	3	2	2	3	3	24	2.66666667
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4
3	3	3	3	3	3	2	3	3	26	2.88888889
4	4	4	4	4	3	3	4	4	34	3.77777778
4	4	4	3	4	3	3	3	4	32	3.55555556

3	3	4	3	4	3	3	4	4	31	3.44444444
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3
2	3	3	3	2	2	2	2	3	22	2.44444444
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3
2	1	3	1	3	3	3	3	2	21	2.33333333
3	3	3	3	3	2	2	3	3	25	2.77777778
3	3	4	4	3	2	3	3	4	29	3.22222222
4	3	3	3	4	3	3	4	3	30	3.33333333
3	3	3	2	3	2	2	3	3	24	2.66666667
3	4	4	2	3	3	3	4	3	29	3.22222222
3	3	4	3	3	4	3	3	3	29	3.22222222
4	4	3	3	3	3	3	4	4	31	3.44444444
3	3	4	2	2	3	2	2	1	22	2.44444444
2	3	3	3	3	3	2	3	3	25	2.77777778
4	3	3	3	3	3	2	4	3	28	3.11111111
3	3	3	3	3	3	3	4	3	28	3.11111111
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3
3	3	4	2	3	2	2	4	3	26	2.88888889
4	4	4	4	4	4	4	4	3	35	3.88888889
2	3	4	2	3	3	3	4	2	26	2.88888889
3	3	3	3	3	3	3	3	2	26	2.88888889
3	3	3	3	3	2	3	3	3	26	2.88888889
3	4	4	4	4	4	4	4	4	35	3.88888889
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3
4	4	3	4	3	4	4	4	4	34	3.77777778
2	3	3	3	1	1	1	2	2	18	2
4	3	4	3	4	4	3	4	4	33	3.66666667
3	3	3	4	4	3	3	4	4	31	3.44444444
3	3	2	2	2	3	3	3	2	23	2.55555556
3	3	3	3	2	3	3	3	3	26	2.88888889

3	4	4	4	4	4	4	4	4	35	3.88888889
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4
4	3	3	3	3	3	3	3	3	28	3.11111111
3	3	3	2	3	2	2	3	3	24	2.66666667
4	3	4	3	4	3	3	3	3	30	3.33333333
3	3	3	2	3	3	2	3	3	25	2.77777778
2	1	1	1	2	1	2	2	1	13	1.44444444
2	3	4	3	3	2	2	3	3	25	2.77777778
3	3	3	3	3	3	4	3	4	29	3.22222222
4	3	3	3	3	4	4	4	4	32	3.55555556
4	3	4	3	2	2	2	3	2	25	2.77777778
2	2	3	3	2	2	3	3	3	23	2.55555556
3	3	4	3	3	3	3	3	3	28	3.11111111
3	2	3	2	3	3	3	3	2	24	2.66666667
3	3	3	2	3	2	2	3	3	24	2.66666667
4	4	4	4	3	3	1	4	4	31	3.44444444
3	3	3	3	3	3	3	3	4	28	3.11111111
3	3	3	3	3	3	2	3	3	26	2.88888889
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3
4	4	4	4	3	4	4	4	4	35	3.88888889
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4
3	3	3	3	3	2	2	4	3	26	2.88888889
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3
3	4	4	3	3	3	3	4	3	30	3.33333333
4	4	3	3	4	3	3	4	3	31	3.44444444
3	3	3	3	2	3	3	4	4	28	3.11111111
4	4	4	3	3	3	3	3	3	30	3.33333333
3	4	4	3	3	3	3	4	3	30	3.33333333
3	4	3	3	4	3	3	3	4	30	3.33333333
3	3	3	3	3	3	3	4	3	28	3.11111111

4	4	4	4	3	3	3	4	3	32	3.55555556
3	3	3	3	3	3	3	4	3	28	3.11111111
3	4	3	3	3	3	3	4	3	29	3.22222222
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4
3	3	4	3	3	3	3	4	3	29	3.22222222
3	3	3	3	3	3	3	4	4	29	3.22222222
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3
3	3	3	3	3	3	3	4	4	29	3.22222222
3	3	3	3	3	3	3	4	4	29	3.22222222
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3

## 2. Lingkungan Keluarga

LINGKUNGAN KELUARGA					
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	TOTAL	RATA-RATA
3	2	3	3	11	2.75
4	1	3	3	11	2.75
3	2	3	3	11	2.75
4	2	3	3	12	3
3	2	2	2	9	2.25
2	2	3	1	8	2
4	1	4	4	13	3.25
3	2	3	3	11	2.75
3	3	3	3	12	3
2	2	2	2	8	2
4	4	4	4	16	4
2	3	3	2	10	2.5
4	4	4	3	15	3.75

3	2	3	3	11	2.75
2	2	3	3	10	2.5
3	2	3	3	11	2.75
3	2	4	3	12	3
2	2	2	2	8	2
4	2	3	3	12	3
3	2	3	3	11	2.75
3	2	2	2	9	2.25
4	2	4	3	13	3.25
3	2	2	2	9	2.25
2	2	3	3	10	2.5
4	1	3	3	11	2.75
3	2	2	3	10	2.5
3	3	3	3	12	3
3	2	3	3	11	2.75
2	1	2	2	7	1.75
3	3	3	3	12	3
2	1	4	4	11	2.75
3	2	2	3	10	2.5
3	3	4	4	14	3.5
3	1	2	2	8	2
3	2	3	3	11	2.75
3	3	3	3	12	3
3	2	3	3	11	2.75
3	1	2	2	8	2
3	3	3	3	12	3
3	1	3	3	10	2.5
4	4	4	4	16	4
4	3	3	3	13	3.25
2	2	3	3	10	2.5

3	3	3	3	12	3
3	3	3	3	12	3
3	2	3	3	11	2.75
4	4	4	3	15	3.75
4	4	3	3	14	3.5
2	1	3	2	8	2
3	3	4	4	14	3.5
4	2	4	4	14	3.5
3	3	3	3	12	3
2	2	4	4	12	3
3	2	3	3	11	2.75
3	1	3	4	11	2.75
3	2	3	3	11	2.75
2	3	3	3	11	2.75
2	4	4	4	14	3.5
3	3	3	3	12	3
3	3	4	4	14	3.5
4	1	2	2	9	2.25
4	2	3	3	12	3
3	3	3	4	13	3.25
3	2	3	3	11	2.75
2	3	3	3	11	2.75
4	2	2	2	10	2.5
3	3	3	3	12	3
3	2	2	2	9	2.25
2	2	3	3	10	2.5
4	4	3	3	14	3.5
4	4	4	4	16	4
4	4	4	3	15	3.75
2	1	3	3	9	2.25

4	4	4	4	16	4
3	2	3	3	11	2.75
2	4	2	2	10	2.5
2	1	4	4	11	2.75
2	1	3	2	8	2
4	4	3	3	14	3.5
3	4	4	4	15	3.75
1	1	4	2	8	2
2	2	3	2	9	2.25
2	2	3	4	11	2.75
3	3	3	3	12	3
3	2	4	3	12	3
3	2	3	3	11	2.75
3	1	2	2	8	2
2	1	3	1	7	1.75
3	2	4	4	13	3.25
3	3	3	3	12	3
3	3	2	2	10	2.5
2	4	2	2	10	2.5
3	2	3	3	11	2.75
3	1	3	3	10	2.5
2	1	4	4	11	2.75
3	1	3	3	10	2.5
2	1	2	3	8	2
3	1	3	3	10	2.5
3	3	4	3	13	3.25
2	2	3	3	10	2.5
4	4	4	4	16	4
2	2	3	3	10	2.5
4	4	4	4	16	4

3	2	3	4	12	3
3	2	3	2	10	2.5
3	2	3	3	11	2.75
3	2	3	3	11	2.75
3	3	3	3	12	3
3	4	3	3	13	3.25
3	3	4	3	13	3.25
3	2	3	4	12	3
3	1	4	4	12	3
3	2	3	3	11	2.75
4	4	4	4	16	4
3	3	3	4	13	3.25
3	3	3	3	12	3
3	2	4	3	12	3
3	2	3	3	11	2.75
3	3	3	3	12	3
3	1	3	3	10	2.5
1	1	2	2	6	1.5
4	2	3	3	12	3
3	3	4	4	14	3.5
3	2	3	3	11	2.75
4	1	4	4	13	3.25
3	2	3	3	11	2.75
3	2	4	4	13	3.25
4	4	3	3	14	3.5
2	2	2	2	8	2
4	1	3	3	11	2.75
4	3	4	3	14	3.5
2	3	3	3	11	2.75
4	3	4	3	14	3.5

3	1	4	4	12	3
2	1	2	2	7	1.75
3	3	3	3	12	3
3	3	3	3	12	3
3	2	3	3	11	2.75
3	3	3	3	12	3
4	4	4	4	16	4
3	2	3	3	11	2.75
3	2	3	3	11	2.75
2	2	3	3	10	2.5
3	3	3	3	12	3
3	2	3	3	11	2.75
3	4	4	3	14	3.5
4	2	3	4	13	3.25
4	2	3	3	12	3
3	3	3	3	12	3
3	2	3	3	11	2.75
3	3	3	3	12	3
2	3	2	2	9	2.25
4	2	4	3	13	3.25
2	2	3	1	8	2
2	2	3	3	10	2.5
2	2	3	3	10	2.5
3	2	3	3	11	2.75
4	3	3	3	13	3.25
3	1	3	3	10	2.5
3	2	3	3	11	2.75
4	4	4	4	16	4
3	2	3	2	10	2.5
3	2	3	3	11	2.75

4	2	4	3	13	3.25
2	1	3	3	9	2.25
4	4	4	4	16	4
4	2	4	3	13	3.25
3	2	3	4	12	3
4	4	4	4	16	4
3	2	3	3	11	2.75
3	3	3	3	12	3
3	3	3	3	12	3
3	2	3	3	11	2.75
3	4	3	3	13	3.25
3	4	3	3	13	3.25
4	4	3	3	14	3.5
3	2	3	3	11	2.75
3	2	3	3	11	2.75
4	4	4	4	16	4
3	3	3	3	12	3
3	2	3	3	11	2.75
3	3	4	4	14	3.5
3	2	3	3	11	2.75
3	2	3	3	11	2.75
3	2	3	3	11	2.75
3	2	3	3	11	2.75
3	3	3	3	12	3

### 3. Pengetahuan Kewirausahaan

PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN				
X2.1	X2.2	X2.3	TOTAL	RATA-RATA
3	3	3	9	3
3	3	3	9	3
2	3	3	8	2.666666667
2	4	3	9	3
3	3	3	9	3
3	1	2	6	2
4	4	4	12	4
3	2	3	8	2.666666667
3	3	3	9	3
3	3	3	9	3
3	4	3	10	3.333333333
4	3	3	10	3.333333333
4	3	3	10	3.333333333
3	3	3	9	3
3	3	3	9	3
3	3	3	9	3
3	3	3	9	3
2	3	2	7	2.333333333
4	3	3	10	3.333333333
3	3	3	9	3
3	3	3	9	3
4	4	3	11	3.666666667
3	3	2	8	2.666666667
4	4	4	12	4
3	3	3	9	3
2	3	3	8	2.666666667

3	3	3	9	3
4	4	4	12	4
3	2	2	7	2.333333333
3	3	3	9	3
4	4	4	12	4
2	3	3	8	2.666666667
3	3	4	10	3.333333333
3	4	3	10	3.333333333
3	3	3	9	3
3	3	3	9	3
4	3	3	10	3.333333333
3	3	3	9	3
4	4	3	11	3.666666667
2	3	2	7	2.333333333
3	3	3	9	3
4	2	3	9	3
3	3	3	9	3
3	3	3	9	3
4	4	4	12	4
3	2	3	8	2.666666667
3	3	3	9	3
3	3	3	9	3
2	3	3	8	2.666666667
3	3	3	9	3
4	4	4	12	4
2	2	2	6	2
4	3	3	10	3.333333333
3	3	3	9	3
2	3	3	8	2.666666667
3	3	3	9	3

3	2	3	8	2.666666667
1	1	1	3	1
3	2	2	7	2.333333333
3	3	3	9	3
2	3	3	8	2.666666667
3	2	3	8	2.666666667
3	3	3	9	3
3	4	3	10	3.333333333
2	3	3	8	2.666666667
3	3	3	9	3
3	3	3	9	3
2	2	3	7	2.333333333
3	2	3	8	2.666666667
3	3	3	9	3
4	3	3	10	3.333333333
3	3	3	9	3
3	3	3	9	3
3	3	3	9	3
3	3	3	9	3
3	4	4	11	3.666666667
2	3	2	7	2.333333333
4	3	3	10	3.333333333
3	2	3	8	2.666666667
3	3	3	9	3
3	3	3	9	3
3	3	3	9	3
3	3	3	9	3
3	2	3	8	2.666666667
4	3	4	11	3.666666667
4	3	3	10	3.333333333

2	2	2	6	2
2	2	2	6	2
3	3	3	9	3
4	3	3	10	3.333333333
3	2	2	7	2.333333333
3	3	3	9	3
3	3	2	8	2.666666667
2	3	2	7	2.333333333
3	3	3	9	3
3	3	3	9	3
2	4	4	10	3.333333333
3	4	3	10	3.333333333
3	3	3	9	3
3	3	4	10	3.333333333
3	4	3	10	3.333333333
3	3	3	9	3
4	3	3	10	3.333333333
3	3	3	9	3
3	3	3	9	3
3	3	3	9	3
3	3	3	9	3
3	3	3	9	3
3	3	3	9	3
3	3	3	9	3
3	3	3	9	3
3	3	3	9	3
3	3	3	9	3
4	4	3	11	3.666666667
3	2	3	8	2.666666667
4	3	4	11	3.666666667
4	3	3	10	3.333333333
4	3	3	10	3.333333333

4	3	3	10	3.333333333
3	2	3	8	2.666666667
3	3	3	9	3
2	3	3	8	2.666666667
3	3	3	9	3
4	3	4	11	3.666666667
3	3	3	9	3
3	3	3	9	3
3	3	3	9	3
3	3	3	9	3
4	3	3	10	3.333333333
2	1	1	4	1.333333333
3	3	3	9	3
3	4	3	10	3.333333333
3	3	3	9	3
3	3	3	9	3
3	2	2	7	2.333333333
4	3	4	11	3.666666667
2	3	3	8	2.666666667
2	2	2	6	2
3	2	2	7	2.333333333
4	4	4	12	4
3	3	3	9	3
4	4	3	11	3.666666667
2	3	2	7	2.333333333
3	3	3	9	3
4	3	4	11	3.666666667
2	2	2	6	2
3	3	3	9	3
4	3	3	10	3.333333333

4	4	4	12	4
3	3	3	9	3
4	3	3	10	3.333333333
3	3	3	9	3
2	2	2	6	2
2	2	3	7	2.333333333
3	3	3	9	3
2	2	3	7	2.333333333
4	3	3	10	3.333333333
2	3	4	9	3
3	2	3	8	2.666666667
3	3	3	9	3
2	2	2	6	2
3	2	2	7	2.333333333
4	4	4	12	4
3	3	3	9	3
3	3	3	9	3
3	3	3	9	3
4	4	4	12	4
4	4	4	12	4
3	3	3	9	3
3	3	3	9	3
3	3	3	9	3
3	3	3	9	3
3	3	3	9	3
3	3	3	9	3
3	3	3	9	3
3	3	3	9	3
3	3	3	9	3
3	3	3	9	3
3	3	3	9	3
3	3	3	9	3
3	4	4	11	3.666666667
3	3	3	9	3
3	3	3	9	3
3	4	4	11	3.666666667

3	4	4	11	3.666666667
3	3	3	9	3
4	4	4	12	4
3	3	3	9	3
3	3	3	9	3
3	3	3	9	3
3	3	3	9	3
3	3	3	9	3
3	3	3	9	3
3	3	3	9	3
3	3	3	9	3

#### 4. Ekspektasi Pendapatan

EKSPEKTASI PENDAPATAN					
X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	TOTAL	RATA-RATA
3	3	3	3	12	3
4	4	4	4	16	4
3	3	3	3	12	3
2	3	2	2	9	2.25
3	3	2	2	10	2.5
1	2	3	1	7	1.75
3	4	4	3	14	3.5
3	2	3	2	10	2.5
3	3	3	3	12	3
3	2	3	2	10	2.5
4	3	3	4	14	3.5
3	2	2	2	9	2.25
4	3	3	3	13	3.25
2	2	2	2	8	2

2	2	2	2	8	2
3	2	2	2	9	2.25
3	3	4	3	13	3.25
2	2	3	2	9	2.25
4	4	3	3	14	3.5
3	3	3	3	12	3
4	3	3	2	12	3
4	4	4	4	16	4
3	2	3	2	10	2.5
3	2	2	2	9	2.25
4	4	4	4	16	4
3	3	2	3	11	2.75
3	3	3	3	12	3
3	4	4	4	15	3.75
4	4	4	4	16	4
3	2	3	3	11	2.75
4	4	4	4	16	4
2	3	4	3	12	3
4	3	3	2	12	3
3	3	3	3	12	3
3	2	2	2	9	2.25
3	2	3	2	10	2.5
3	2	4	3	12	3
1	2	2	2	7	1.75
3	2	3	2	10	2.5
2	2	2	2	8	2
3	3	3	4	13	3.25
4	4	2	3	13	3.25
3	3	3	3	12	3
3	3	3	3	12	3

2	2	2	2	8	2
3	3	3	3	12	3
2	2	3	3	10	2.5
4	3	3	2	12	3
1	1	3	1	6	1.5
3	3	2	2	10	2.5
4	4	4	4	16	4
2	2	2	2	8	2
4	3	3	3	13	3.25
2	2	2	2	8	2
3	2	3	3	11	2.75
3	3	3	3	12	3
3	3	3	3	12	3
4	3	3	2	12	3
2	1	3	2	8	2
4	4	4	3	15	3.75
4	2	2	2	10	2.5
2	2	3	2	9	2.25
4	3	2	2	11	2.75
3	3	3	3	12	3
3	3	3	3	12	3
4	4	4	4	16	4
3	3	3	3	12	3
3	3	3	3	12	3
2	2	2	2	8	2
3	2	4	3	12	3
4	4	4	4	16	4
3	3	3	3	12	3
3	3	3	3	12	3
3	2	3	2	10	2.5

3	2	3	2	10	2.5
3	3	4	3	13	3.25
3	4	4	4	15	3.75
4	4	2	3	13	3.25
4	2	2	2	10	2.5
2	3	3	3	11	2.75
2	2	3	2	9	2.25
3	3	3	3	12	3
3	4	4	4	15	3.75
3	3	3	3	12	3
4	3	3	2	12	3
3	3	4	3	13	3.25
3	4	4	3	14	3.5
3	1	2	3	9	2.25
3	2	2	2	9	2.25
3	3	3	3	12	3
3	3	3	3	12	3
3	3	3	3	12	3
3	3	3	2	11	2.75
3	3	3	3	12	3
4	3	4	3	14	3.5
3	3	3	3	12	3
3	2	3	3	11	2.75
3	2	3	3	11	2.75
4	4	4	4	16	4
3	4	4	4	15	3.75
3	4	3	3	13	3.25
2	2	2	2	8	2
4	2	2	2	10	2.5
4	4	4	4	16	4

3	3	3	3	12	3
3	3	3	2	11	2.75
3	2	3	2	10	2.5
3	3	3	3	12	3
3	4	4	4	15	3.75
4	3	3	4	14	3.5
3	2	4	2	11	2.75
4	4	4	4	16	4
2	2	2	2	8	2
4	4	4	4	16	4
3	3	3	3	12	3
3	2	3	3	11	2.75
4	2	3	2	11	2.75
3	3	3	3	12	3
3	2	2	2	9	2.25
3	3	2	2	10	2.5
3	2	3	1	9	2.25
2	2	2	2	8	2
4	4	4	4	16	4
2	3	3	3	11	2.75
2	2	2	2	8	2
3	2	2	2	9	2.25
3	3	3	3	12	3
4	3	3	3	13	3.25
3	3	3	3	12	3
4	3	3	2	12	3
4	4	4	3	15	3.75
3	3	3	3	12	3
3	3	2	2	10	2.5
3	2	3	3	11	2.75

4	2	4	2	12	3
3	3	3	3	12	3
3	3	3	3	12	3
4	4	4	4	16	4
3	3	2	2	10	2.5
4	2	3	2	11	2.75
3	2	3	2	10	2.5
3	2	3	2	10	2.5
3	3	3	3	12	3
4	4	4	3	15	3.75
3	3	3	3	12	3
2	2	3	2	9	2.25
3	3	4	4	14	3.5
3	3	3	3	12	3
3	3	4	3	13	3.25
3	3	2	2	10	2.5
2	2	3	2	9	2.25
4	2	3	3	12	3
3	2	2	2	9	2.25
3	2	2	2	9	2.25
3	2	2	2	9	2.25
4	4	3	3	14	3.5
4	3	4	3	14	3.5
3	3	3	3	12	3
2	1	3	3	9	2.25
3	1	1	1	6	1.5
4	4	4	4	16	4
3	2	3	2	10	2.5
3	3	3	3	12	3
3	3	3	3	12	3

4	2	4	2	12	3
4	4	4	4	16	4
3	2	3	2	10	2.5
3	3	3	3	12	3
3	4	4	4	15	3.75
4	4	4	4	16	4
4	4	4	4	16	4
4	4	3	3	14	3.5
4	4	4	4	16	4
4	4	4	3	15	3.75
3	4	4	4	15	3.75
4	4	4	4	16	4
4	4	4	4	16	4
4	4	3	4	15	3.75
4	4	4	4	16	4
4	3	4	4	15	3.75
4	4	4	4	16	4
3	3	4	4	14	3.5
4	4	3	4	15	3.75
4	4	3	4	15	3.75
3	4	3	3	13	3.25
3	3	3	3	12	3
3	3	3	3	12	3

5. *E-commerce*

<i>E-COMMERCE</i>					
<b>X4.1</b>	<b>X4.2</b>	<b>X4.3</b>	<b>X4.4</b>	<b>TOTAL</b>	<b>RATA-RATA</b>
3	3	3	3	12	3
4	4	4	4	16	4
3	3	3	3	12	3
3	3	3	3	12	3
3	3	3	3	12	3
1	2	2	2	7	1.75
3	3	3	3	12	3
3	3	3	3	12	3
3	3	3	3	12	3
3	3	3	3	12	3
4	4	3	3	14	3.5
4	4	4	3	15	3.75
3	3	3	3	12	3
3	3	3	3	12	3
3	3	3	3	12	3
3	3	3	3	12	3
4	3	3	3	13	3.25
3	3	3	3	12	3
3	3	3	3	12	3
2	2	2	2	8	2
3	3	3	3	12	3
4	4	4	4	16	4
3	3	2	2	10	2.5
2	2	2	3	9	2.25
4	4	4	4	16	4
4	4	4	4	16	4

1	1	1	1	4	1
3	3	3	3	12	3
3	3	3	3	12	3
3	3	3	3	12	3
3	3	3	3	12	3
3	3	3	3	12	3
2	3	3	3	11	2.75
3	3	3	4	13	3.25
3	3	3	3	12	3
3	3	3	4	13	3.25
4	4	4	4	16	4
2	2	2	2	8	2
4	3	3	4	14	3.5
2	2	2	2	8	2
4	4	4	4	16	4
3	3	3	3	12	3
2	2	2	2	8	2
3	3	3	3	12	3
3	3	3	4	13	3.25
3	3	4	3	13	3.25
4	4	4	4	16	4
3	3	3	3	12	3
3	3	3	3	12	3
3	3	3	3	12	3
4	4	4	4	16	4
2	3	2	3	10	2.5
3	3	3	3	12	3
4	4	4	4	16	4
4	4	4	4	16	4
3	3	3	3	12	3

3	4	3	4	14	3.5
4	4	4	4	16	4
2	2	2	2	8	2
4	4	4	3	15	3.75
3	3	3	3	12	3
2	3	2	3	10	2.5
3	4	4	3	14	3.5
4	3	4	4	15	3.75
2	3	2	3	10	2.5
3	3	3	3	12	3
3	3	3	3	12	3
3	3	3	3	12	3
3	3	3	3	12	3
3	3	3	3	12	3
4	4	4	4	16	4
3	3	3	3	12	3
3	3	3	3	12	3
4	4	4	4	16	4
3	3	3	3	12	3
3	3	3	3	12	3
4	4	4	4	16	4
3	3	3	3	12	3
4	4	4	3	15	3.75
3	3	3	3	12	3
1	4	2	3	10	2.5
4	3	3	3	13	3.25
3	4	4	3	14	3.5
2	2	2	2	8	2
3	3	3	4	13	3.25
4	4	4	4	16	4

3	3	3	4	13	3.25
1	2	1	1	5	1.25
3	3	3	3	12	3
3	3	3	3	12	3
3	3	3	3	12	3
2	2	2	2	8	2
3	3	3	3	12	3
3	3	3	3	12	3
4	4	4	3	15	3.75
3	3	3	3	12	3
2	3	3	3	11	2.75
3	3	3	3	12	3
3	3	4	4	14	3.5
3	3	3	3	12	3
3	3	3	3	12	3
3	3	3	3	12	3
4	4	4	3	15	3.75
3	3	3	3	12	3
3	3	3	2	11	2.75
3	2	2	3	10	2.5
3	3	3	3	12	3
3	3	4	4	14	3.5
4	4	4	4	16	4
2	3	2	2	9	2.25
3	4	3	4	14	3.5
3	4	4	4	15	3.75
3	3	3	3	12	3
4	4	4	4	16	4
4	4	4	4	16	4
4	4	4	4	16	4

4	4	4	3	15	3.75
3	3	3	3	12	3
3	3	3	3	12	3
2	2	3	3	10	2.5
2	2	2	2	8	2
3	3	3	3	12	3
3	3	3	3	12	3
2	2	2	2	8	2
3	3	3	3	12	3
3	3	3	3	12	3
3	3	3	3	12	3
3	3	3	2	11	2.75
2	3	2	2	9	2.25
4	4	4	4	16	4
3	3	3	4	13	3.25
3	3	3	3	12	3
3	3	3	3	12	3
4	4	4	3	15	3.75
3	3	2	4	12	3
3	3	3	3	12	3
2	2	2	2	8	2
3	3	3	3	12	3
4	4	4	3	15	3.75
3	3	3	4	13	3.25
4	4	4	4	16	4
4	4	3	4	15	3.75
4	4	4	3	15	3.75
3	3	3	3	12	3
3	3	3	3	12	3
3	3	3	2	11	2.75





### Lampiran 3. Analisis Deskriptif

#### Distribusi Frekuensi

##### 1. MINAT BERWIRUSAHA

Statistics										
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9
N	Valid	187	187	187	187	187	187	187	187	187
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Y1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	1.1	1.1	1.1
	2	22	11.8	11.8	12.8
	3	114	61.0	61.0	73.8
	4	49	26.2	26.2	100.0
	Total	187	100.0	100.0	

Y2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	4	2.1	2.1	2.1
	2	15	8.0	8.0	10.2
	3	122	65.2	65.2	75.4
	4	46	24.6	24.6	100.0
	Total	187	100.0	100.0	

Y3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	1.6	1.6	1.6

	2	4	2.1	2.1	3.7
	3	111	59.4	59.4	63.1
	4	69	36.9	36.9	100.0
	Total	187	100.0	100.0	

Y4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	1.6	1.6	1.6
	2	31	16.6	16.6	18.2
	3	122	65.2	65.2	83.4
	4	31	16.6	16.6	100.0
	Total	187	100.0	100.0	

Y5					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	1.6	1.6	1.6
	2	22	11.8	11.8	13.4
	3	122	65.2	65.2	78.6
	4	40	21.4	21.4	100.0
	Total	187	100.0	100.0	

Y6					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	1.6	1.6	1.6
	2	38	20.3	20.3	21.9
	3	117	62.6	62.6	84.5
	4	29	15.5	15.5	100.0
	Total	187	100.0	100.0	

Y7					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent

Valid	1	4	2.1	2.1	2.1
	2	49	26.2	26.2	28.3
	3	108	57.8	57.8	86.1
	4	26	13.9	13.9	100.0
	Total	187	100.0	100.0	

Y8					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	.5	.5	.5
	2	15	8.0	8.0	8.6
	3	104	55.6	55.6	64.2
	4	67	35.8	35.8	100.0
	Total	187	100.0	100.0	

Y9					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	4	2.1	2.1	2.1
	2	22	11.8	11.8	13.9
	3	112	59.9	59.9	73.8
	4	49	26.2	26.2	100.0
	Total	187	100.0	100.0	

## 2. LINGKUNGAN KELUARGA

Statistics					
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4
N	Valid	187	187	187	187
	Missing	0	0	0	0

X1.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	1.1	1.1	1.1

	2	36	19.3	19.3	20.3
	3	107	57.2	57.2	77.5
	4	42	22.5	22.5	100.0
	Total	187	100.0	100.0	

<b>X1.2</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	31	16.6	16.6	16.6
	2	84	44.9	44.9	61.5
	3	44	23.5	23.5	85.0
	4	28	15.0	15.0	100.0
	Total	187	100.0	100.0	

<b>X1.3</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	22	11.8	11.8	11.8
	3	119	63.6	63.6	75.4
	4	46	24.6	24.6	100.0
	Total	187	100.0	100.0	

<b>X1.4</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	1.6	1.6	1.6
	2	26	13.9	13.9	15.5
	3	120	64.2	64.2	79.7
	4	38	20.3	20.3	100.0
	Total	187	100.0	100.0	

## 3. PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN

Statistics				
		X2.1	X2.2	X2.3
N	Valid	187	187	187
	Missing	0	0	0

X2.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	.5	.5	.5
	2	28	15.0	15.0	15.5
	3	119	63.6	63.6	79.1
	4	39	20.9	20.9	100.0
	Total	187	100.0	100.0	

X2.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	1.6	1.6	1.6
	2	27	14.4	14.4	16.0
	3	129	69.0	69.0	85.0
	4	28	15.0	15.0	100.0
	Total	187	100.0	100.0	

X2.3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	1.1	1.1	1.1
	2	21	11.2	11.2	12.3
	3	139	74.3	74.3	86.6
	4	25	13.4	13.4	100.0
	Total	187	100.0	100.0	

## 4. EKSPEKTASI PENDAPATAN

Statistics					
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4
N	Valid	187	187	187	187
	Missing	0	0	0	0

X3.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	1.6	1.6	1.6
	2	23	12.3	12.3	13.9
	3	103	55.1	55.1	69.0
	4	58	31.0	31.0	100.0
	Total	187	100.0	100.0	

X3.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	5	2.7	2.7	2.7
	2	59	31.6	31.6	34.2
	3	77	41.2	41.2	75.4
	4	46	24.6	24.6	100.0
	Total	187	100.0	100.0	

X3.3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	.5	.5	.5
	2	37	19.8	19.8	20.3
	3	98	52.4	52.4	72.7
	4	51	27.3	27.3	100.0
	Total	187	100.0	100.0	

X3.4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	4	2.1	2.1	2.1

	2	64	34.2	34.2	36.4
	3	80	42.8	42.8	79.1
	4	39	20.9	20.9	100.0
	Total	187	100.0	100.0	

### 5. E-COMMERCE

Statistics					
		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4
N	Valid	187	187	187	187
	Missing	0	0	0	0

X4.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	5	2.7	2.7	2.7
	2	23	12.3	12.3	15.0
	3	117	62.6	62.6	77.5
	4	42	22.5	22.5	100.0
	Total	187	100.0	100.0	

X4.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	1.1	1.1	1.1
	2	18	9.6	9.6	10.7
	3	124	66.3	66.3	77.0
	4	43	23.0	23.0	100.0
	Total	187	100.0	100.0	

<b>X4.3</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	1.6	1.6	1.6
	2	24	12.8	12.8	14.4
	3	118	63.1	63.1	77.5
	4	42	22.5	22.5	100.0
	Total	187	100.0	100.0	

<b>X4.4</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	1.6	1.6	1.6
	2	21	11.2	11.2	12.8
	3	121	64.7	64.7	77.5
	4	42	22.5	22.5	100.0
	Total	187	100.0	100.0	

## Lampiran 4. Uji Validitas

### 1. Minat Berwirausaha

Correlations											
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y_TOTAL
Y1	Pearson Correlation	1	.534*	.362*	.357*	.449*	.362*	.319*	.442*	.393*	.651**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	187	187	187	187	187	187	187	187	187	187
Y2	Pearson Correlation	.534*	1	.524*	.605*	.496*	.393*	.349*	.516*	.562*	.766**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	187	187	187	187	187	187	187	187	187	187
Y3	Pearson Correlation	.362*	.524*	1	.498*	.347*	.344*	.262*	.363*	.346*	.617**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	187	187	187	187	187	187	187	187	187	187
Y4	Pearson Correlation	.357*	.605*	.498*	1	.495*	.429*	.427*	.418*	.576*	.741**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	187	187	187	187	187	187	187	187	187	187
Y5	Pearson Correlation	.449*	.496*	.347*	.495*	1	.503*	.504*	.587*	.580*	.767**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	187	187	187	187	187	187	187	187	187	187
Y6	Pearson Correlation	.362*	.393*	.344*	.429*	.503*	1	.753*	.466*	.449*	.731**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	187	187	187	187	187	187	187	187	187	187
Y7	Pearson Correlation	.319*	.349*	.262*	.427*	.504*	.753*	1	.422*	.435*	.698**
		*	*	*	*	*	*		*	*	

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	187	187	187	187	187	187	187	187	187	187
Y8	Pearson Correlation	.442*	.516*	.363*	.418*	.587*	.466*	.422*	1	.559*	.736**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	187	187	187	187	187	187	187	187	187	187
Y9	Pearson Correlation	.393*	.562*	.346*	.576*	.580*	.449*	.435*	.559*	1	.761**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	187	187	187	187	187	187	187	187	187	187
Y_TO TAL	Pearson Correlation	.651*	.766*	.617*	.741*	.767*	.731*	.698*	.736*	.761*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	187	187	187	187	187	187	187	187	187	187

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

## 2. Lingkungan Keluarga

Correlations						
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1_TOTAL
X1.1	Pearson Correlation	1	.350**	.345**	.371**	.699**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	187	187	187	187	187
X1.2	Pearson Correlation	.350**	1	.294**	.269**	.732**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	187	187	187	187	187
X1.3	Pearson Correlation	.345**	.294**	1	.673**	.739**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	187	187	187	187	187
X1.4	Pearson Correlation	.371**	.269**	.673**	1	.744**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	187	187	187	187	187
X1_TOTAL	Pearson Correlation	.699**	.732**	.739**	.744**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	

	N	187	187	187	187	187
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).						

### 3. Pengetahuan Kewirausahaan

Correlations						
		X2.1	X2.2	X2.3	X2_TOTAL	
X2.1	Pearson Correlation	1	.426**	.535**	.795**	
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	
	N	187	187	187	187	
X2.2	Pearson Correlation	.426**	1	.666**	.837**	
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	
	N	187	187	187	187	
X2.3	Pearson Correlation	.535**	.666**	1	.869**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	
	N	187	187	187	187	
X2_TOTAL	Pearson Correlation	.795**	.837**	.869**	1	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		
	N	187	187	187	187	
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).						

### 4. Ekspektasi Pendapatan

Correlations						
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3_TOTAL
X3.1	Pearson Correlation	1	.573**	.413**	.481**	.733**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	187	187	187	187	187
X3.2	Pearson Correlation	.573**	1	.582**	.765**	.890**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	187	187	187	187	187
X3.3	Pearson Correlation	.413**	.582**	1	.680**	.801**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	187	187	187	187	187
X3.4	Pearson Correlation	.481**	.765**	.680**	1	.890**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000

	N	187	187	187	187	187
X3_TOTAL	Pearson Correlation	.733**	.890**	.801**	.890**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	187	187	187	187	187
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).						

## 5. *E-commerce*

Correlations						
		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4_TOTAL
X4.1	Pearson Correlation	1	.812**	.859**	.712**	.926**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	187	187	187	187	187
X4.2	Pearson Correlation	.812**	1	.845**	.732**	.922**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	187	187	187	187	187
X4.3	Pearson Correlation	.859**	.845**	1	.756**	.945**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	187	187	187	187	187
X4.4	Pearson Correlation	.712**	.732**	.756**	1	.872**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	187	187	187	187	187
X4_TOTAL	Pearson Correlation	.926**	.922**	.945**	.872**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	187	187	187	187	187
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).						

## Lampiran 5. Uji Reliabilitas

### 1. Minat Berwirausaha

#### Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	187	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	187	100.0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.883	9

### 2. Lingkungan Keluarga

#### Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	187	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	187	100.0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.683	4

### 3. Pengetahuan Kewirausahaan

#### Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	187	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	187	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.775	3

### 4. Ekspektasi Pendapatan

#### Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	187	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	187	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.850	4

## 5. *E-commerce*

### Reliability

Scale: ALL VARIABLES

<b>Case Processing Summary</b>			
		N	%
Cases	Valid	187	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	187	100.0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.936	4

## Lampiran 6. Uji Hipotesis

### Regression

Variables Entered/Removed <sup>a</sup>			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X4, X2, X3, X1 <sup>b</sup>	.	Enter
a. Dependent Variable: Y			
b. All requested variables entered.			

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.774 <sup>a</sup>	.599	.590	.29452793
a. Predictors: (Constant), X4, X2, X3, X1				

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	23.545	4	5.886	67.856	.000 <sup>b</sup>
	Residual	15.788	182	.087		
	Total	39.333	186			

a. Dependent Variable: Y
b. Predictors: (Constant), X4, X2, X3, X1

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
		B	Std. Error	Beta	t	
1	(Constant)	.321	.180		1.790	.075
	X1	.134	.045	.151	2.944	.004
	X2	.577	.048	.610	12.071	.000
	X3	.094	.038	.126	2.477	.014
	X4	.117	.039	.148	2.953	.004
a. Dependent Variable: Y						