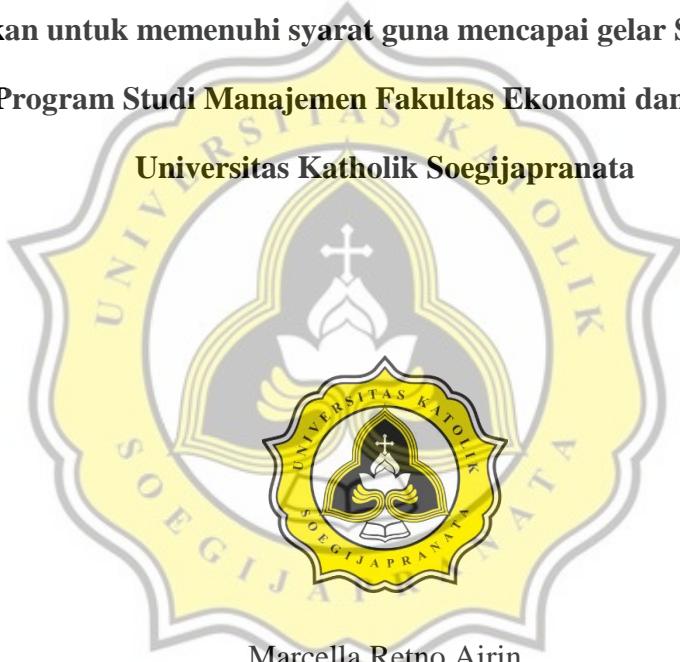


LAPORAN SKRIPSI
PENGARUH E-COMMERCE TERHADAP MINAT
BERWIRUSAHA
(STUDI KASUS: MAHASISWA UNIKA SOEGIJAPRANATA
SEMARANG)

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi syarat guna mencapai gelar Sarjana pada

Program Studi **Manajemen** Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Katholik Soegijapranata



Marcella Retno Airin

16.D1.0061

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
2021

LAPORAN SKRIPSI

PENGARUH E-COMMERCE TERHADAP MINAT

BERWIRUSAHA

(STUDI KASUS: MAHASISWA UNIKA SOEGIJAPRANATA

SEMARANG)

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi syarat guna mencapai gelar Sarjana pada

Program Studi **Manajemen** Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Katholik Soegijapranata



Marcella Retno Airin

16.D1.0061

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA

2021

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama: Marcella Retno Airin

NIIM: 16.D1.0061

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul "**Pengaruh E-Commerce terhadap Minat Berwirausaha (Studi kasus Mahasiswa Unika Soegijapranata)**" adalah hasil penelitian saya dengan supervisi dosen pembimbing, dan bukan hasil plagiat. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Semarang, 4 Februari 2021

Yang menyatakan,



Marcella Retno Airin

16.D1.0061



HALAMAN PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir:	: Pengaruh E-commerce Terhadap Minat Berwirausaha (studi Kasus: Mahasiswa Unika Soegijapranata Semarang)
Diajukan oleh	: Marcella Retno Airin
NIM	: 16.D1.0061
Tanggal disetujui	: 18 Januari 2021
Telah setujui oleh	
Pembimbing	: Eny Trimeiningrum S.E., M.S.I.
Pengaji 1	: Drs. Y. Sugiharto M.M.
Pengaji 2	: Markus Widyanto S.E., M.M.
Pengaji 3	: Eny Trimeiningrum S.E., M.S.I.
Ketua Program Studi	: Dr Widuri Kurniasari S.E., M.Si.
Dekan	: Drs. Theodorus Sudimin M.S.



Halaman ini merupakan halaman yang sah dan dapat diverifikasi melalui alamat di bawah ini.

sintak.unika.ac.id/skripsi/verifikasi/?id=16.D1.0061

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI UNTUK KEPENTINGAN
AKADEMI**

Sebagai sivitas akademik Universitas Katolik Soegijapranata, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Marcella Retno Airin

NIM : 16.D1.0061

Program Studi : Ekonomi dan Bisnis

Fakultas : Manajemen

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Katolik Soegijapranata Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas skripsi yang berjudul:

“Pengaruh E-Commerce terhadap Minat Berwirausaha (Studi kasus Mahasiswa Unika Soegijapranata)”. Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Katolik Soegijapranata berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan skripsi di atas dengan mencantumkan nama saya sebagai penulis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Semarang, 4 Februari 2021



(Marcella Retno Airin)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa segala berkat yang telah diberikan sehingga mampu menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu yang berjudul “**Pengaruh E-Commerce Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus: Mahasiswa Unika Soegijapranata Semarang)**”. Skripsi yang telah disusun dengan maksimal dan mendapat bantuan dari berbagai pihak sehingga dapat memperlancar pembuatan skripsi ini. Tidak lupa saya mengucapkan banyak terimakasih atas bantuan dari berbagai pihak yang telah berkontribusi dalam pembuatan proposal ini kepada:

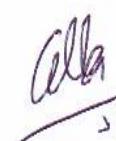
1. Tuhan Yesus Kristus atas berkat dan karunia-Nya telah memberikan kekuatan sampai detik ini dalam penyusunan skripsi saya.
2. Dosen pembimbing saya Ibu Eny Trimeiningrum, SE., M.SI yang telah memberikan saya pengarahan sebaik mungkin dan dengan sabar membimbing saya dalam pembuatan skripsi ini sehingga saya mampu menyelesaikan dengan sebaik mungkin.
3. Kepada dosen penguji saya yang telah memberikan pengarahan yang sangat baik untuk saya yaitu Bapak Drs. Y. Sugiharto, MM dan Bapak M.Widyanto, SE. MM saya berterima kasih sebesar-besarnya karena telah membimbing saya dengan sangat baik selama ini.
4. Keluarga di Bekasi yang selalu mendoakan agar skripsi ini dapat berjalan lancar Ibu, Bapak, Mba Etha dan Mba Nunuk.
5. Keluarga di Semarang Tante Aik, Tante Oek, Om Yoko, Dek Rosa, Dek Leo.
6. Untuk seluruh teman-teman saya yang saya kasih membantu dalam pembuatan skripsi ini agar dapat berjalan dan memberikan dukungan serta membantu saya selama ini di Bekasi Toxic People (Chika, Prisil, Sangiang, Beben dan Joshua), Genk Sosialita (Jeje, Sari, Maya, Anggia, Angel, Cindy,Lola), Para Mama Muda (Stevanie dan Yoanita), Febrina, Antonio.
7. Teman- teman saya di Semarang yang telah memberikan saya kekuatan selama saya berkuliahan walaupun saya jauh dari rumah tapi saya seperti memiliki rumah kedua karena adanya mereka dihidup saya Chicken Kemul Management (Anandityas, Asa, Umik, Hottie, Indah, Loly, Bayu, Ameng, Ike), Adik kelas saya yang saya sayangi

(Anggun, Noel, Rosi, Ardo, Adam, Audi, Deviana, Sesnov), Violita, Martha, Brian, Kak Aldi, Jescia, Icil, Lizza.

8. Teman-teman di Fitnation yang memberikan dukungannya selama ini dan sangat peduli kepada saya yaitu (Mba Karis, Mba Devi, Mba Anin, Mba Niki, Bunda, Mba Susy, Mba Aisyah, Mba Arsy).
9. Para responden yang telah membantu dan meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner.
10. Seluruh pihak yang terlibat yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan sebaik mungkin.

Saya sangat menyadari masih banyaknya kekurangan dalam skripsi ini walaupun telah disusun dengan semaksimal mungkin tentunya masih jauh dari kesempurnaan. Untuk itu saya mengharapkan kritik dan saran untuk membangun saya untuk membuat skripsi ini menjadi lebih baik lagi. Akhir kata semoga skripsi ini nantinya dapat berguna untuk siapapun yang akan membacanya dan bermanfaat.

Semarang, 4 Februari 2021



Marcella Retno Airin

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruh *e-commerce* yang terdiri dari kemudahan *e-commerce*, kegunaan *e-commerce*, kepercayaan dan norma subjektif terhadap minat berwirausaha. Dan diharapkan hasil dari penelitian ini dapat memberikan gambaran terhadap mahasiswa Unika Soegijapranata untuk memanfaatkan *e-commerce* sebagai sarana untuk menjualkan produk.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang dikumpulkan dari penyebaran kuesioner dengan *snow-ball sampling* dan *quota sampling*. Sampel dalam penelitian ini terdapat 130 responden yang mengambil mata kuliah pengantar kewirausahaan atau kewirausahaan. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi liniear berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan kemudahan *e-commerce* tidak berpengaruh signifikansi terhadap minat berwirausaha sedangkan ketiga variabel lainnya kegunaan *e-commerce*, kepercayaan dan norma subjektif memiliki pengaruh signifikansi terhadap minat berwirausaha. Kemudian secara simultan kemudahan *e-commerce*, kegunaan *e-commerce*, kepercayaan dan norma subjektif memiliki pengaruh signifikansi terhadap minat berwirausaha.

Kata Kunci: *E-commerce*, Minat Berwirausaha

ABSTRACT

This research are intended to learn and analyzed the influence of e-commerce which consist of e-commerce convenience, e-commerce usage, trust and subjective norm to interest of entrepreneurship. And the result of this research are expected to give an overview to Unika Soegijapranata's student to utilize e-commerce as a tools for selling products.

The data that used on this research are primary data collected form questioner deployment with snow-ball sampling and quota sampling. Sample in this research consist of 130 respondent which took introduction to entrepreneurship courses or entrepreneurship courses. This research use doubled-linear regression analyze method.

The result of this research shows the convenience of e-commerce didn't give significant effect on interest of entrepreneurship while another three variable which is the usage of e-commerce, trust and subjective norm has a significance on interest of entrepreneurship. Then, simultaneously, e-commerce convenience, e-commerce usage, trust and subjective norm has a significant influence on interest of entrepreneurship.

Keywords: *E-commerce, interest of entrepreneurship.*

DAFTAR ISI

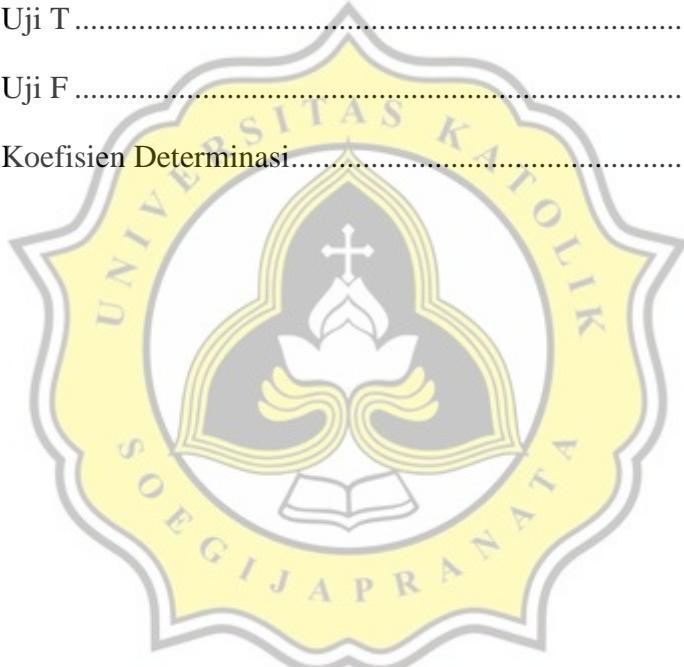
HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	5
BAB II LANDASAN TEORITIS.....	6
2.1 Teori yang Berkaitan dengan Variabel Penelitian	6
2.1.1 Kewirausahaan	6
2.1.2 Minat Berwirausaha	8
2.1.3 E-COMMERCE.....	10
2.2 Penelitian-Penelitian Terdahulu	13
2.3 Kerangka Pikir Penelitian.....	16
2.4 Hipotesis Penelitian	17
2.5 Definisi Operasional Variabel	17
BAB III METODE PENELITIAN.....	22
3.1 Obyek Penelitian dan Lokasi Penelitian.....	22
3.2 Populasi dan Sampel	22

3.3	Metode Pengumpulan Data	24
3.3.1	Jenis dan Sumber Data	24
3.3.2	Teknik Pengumpulan Data	25
3.3.3	Uji Validitas dan Reliabilitas	26
3.4	Alat Analisis Data	32
3.4.1	Alat Analisis Data	32
3.4.2	Pengujian Alat Pengumpulan Data	36
2.	Uji Hipotesis.....	37
3.4.3	Pengujian Hipotesis.....	38
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	40
4.1	Gambaran Umum Responden.....	40
4.1.1	Karakteristik Responden	40
4.2	Analisis Data	43
4.2.1	Analisis Statistik Deskriptif (<i>descriptive statistics analysis</i>).....	43
4.2.2	Persamaan Regresi	55
4.2.3	Uji Signifikansi Kemudahan <i>E-commerce</i> , Kegunaan <i>E-commerce</i> , Kepercayaan Norma Subjektif Secara Parsial (Uji-t)	56
4.2.4	Uji Signifikansi Kemudahan <i>e-commerce</i> , Kegunaan <i>E-commerce</i> , Kepercayaan, Norma Subjektif dan Minat Berwirausaha Secara Simultan (Uji F).	57
4.2.5	Koefisien Determinasi.....	59
BAB V PENUTUP	60
5.1	Kesimpulan.....	60
5.2	Saran	62
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN	68

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 4 Konten Komersial Yang Sering Digunakan.....	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	13
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	14
Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu	15
Tabel 2.4 Definisi Operasional	17
Tabel 3.1 Jumlah Mahasiswa Setiap Fakultas Unika Soegijapranata	23
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Variabel Kemudahan <i>E-Commerce</i> (X1).....	27
Tabel 3.3Hasil Uji Validitas Variabel Kegunaan <i>E-Commerce</i> (X2).....	28
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan (X3)	28
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Normba Subjektif (X4)	29
Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas Perasaan Tertarik (Y1)	29
Tabel 3.7 Hasil Uji Validitas Kenyamanan atau Kesenangan (Y2).....	30
Tabel 3.8 Hasil Uji Validitas Motivasi dan Keinginan (Y3)	30
Tabel 3.9 Hasil Uji Reabilitas Indikator Variabel.....	31
Tabel 3.10 Penilaian Rentang Skala Kemudahan <i>E-Commerce</i>	32
Tabel 3.11 Penilaian Rentang Skala Kegunaan <i>E-Commerce</i>	33
Tabel 3.12 Penilaian Rentang Skala Kepercayaan.....	33
Tabel 3.13 Penilaian Rentang Skala Norma Subjektif.....	34
Tabel 3.14 Penilaian Rentang Skala Perasaan Tertarik	35
Tabel 3.15 Penilaian Rentang Skala Kenyamanan atau Kesenangan	35
Tabel 3.16 Penilaian Rentang Skala Motivasi dan Keinginan.....	36
Tabel 4.1 Karakteristik Responden	40
Tabel 4.2 Tanggapan Responden Mengenai Kemudahan <i>E-Commerce</i>	43

Tabel 4.3 Tanggapan Responden Mengenai Kegunaan <i>E-Commerce</i>	45
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Mengenai Kepercayaan <i>E-Commerce</i>	46
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Mengenai Norma Subjektif	48
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Mengenai Perasaan Tertarik	50
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Mengenai Kenyamanan atau Kesenangan	51
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Mengenai Motivasi dan Keinginan	53
Tabel 4.9 Hasil Persamaan Regresi.....	55
Tabel 4.10 Uji T	56
Tabel 4.11 Uji F	58
Tabel 4.12 Koefisien Determinasi.....	59



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir Penelitian 16



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian.....	68
Lampiran 2: Data Tabulasi Angka Responden	73
Lampiran 3: Karakteristik Responden	79
Lampiran 4: Uji Validitas dan Realibilitas.....	81
Lampiran 5: Deskripsi Jawaban Responden	90

