

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Objek Penelitian

Pada penelitian ini melalui kuesioner dilakukan uji pengaruh antara variabel Lingkungan Keluarga, Pendidikan Kewirausahaan dan *E-Commerce* terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Konsentrasi Kewirausahaan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unika Soegijapranata Semarang dengan cara menyebarkan kuesioner kepada 40 mahasiswa yang telah mengambil mata kuliah wajib Konsentrasi Kewirausahaan yang telah terpilih menjadi sampel dalam penelitian ini.

Dari penyebaran kuesioner penelitian, diperoleh data mengenai identitas responden berdasarkan beberapa karakteristik responden, seperti jenis kelamin, usia, tahun angkatan, pekerjaan orang tua, pendapatan orang tua perbulan, dan pernah atau tidaknya bertransaksi dengan *e-commerce*. Hasil deskripsi berdasarkan karakteristik responden yang diperoleh dari penyebaran kuesioner adalah sebagai berikut:

4.1.1. Karakteristik Responden Penelitian

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner pada tabel diatas, untuk mengetahui karakteristik responden penelitian yang dilihat berdasarkan jenis kelamin, usia, tahun angkatan, pekerjaan orang tua, pendapatan orang tua perbulan, dan pernah atau tidaknya bertransaksi dengan *e-commerce* adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1
Identitas Responden Penelitian

No	Karakteristik Responden	Kategori	Jumlah	Persentase (%)
1.	Jenis Kelamin	Laki-Laki	20	50
		Perempuan	20	50
2.	Usia	21 tahun	26	65
		22 tahun	14	35
3.	Tahun Angkatan	2016	11	27,5
		2017	29	72,5
4.	Pekerjaan Orang Tua	Pegawai Swasta	9	22,5
		Pensiunan	3	7,5
		PNS	7	17,5
		Wirausaha	20	50,0
		Lain-Lain	1	2,5
5.	Pendapatan Orang Tua	<Rp. 1.500.000	2	5
		Rp. 1.600.000 – Rp. 2.500.000	3	7,5
		Rp. 2.600.000 – Rp. 3.500.000	16	40
		>Rp. 4.000.000	19	47,5
6.	Transaksi dengan <i>e-Commerce</i>	Pernah	37	92,5
		Belum Pernah	3	7,5

Sumber : Data primer yang diolah, 2020.

Berdasarkan tabel 4.1, menunjukkan bahwa dari 40 responden penelitian yang merupakan mahasiswa konsentrasi Kewirausahaan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unika Soegijapranata Semarang, jumlah responden laki-laki adalah 20 orang (50%), dan perempuan 20 orang (50%). Hal ini menunjukkan bahwa baik laki-laki maupun perempuan memiliki minat sama dengan kewirausahaan.

Dari 40 responden sebagian besar berusia 21 tahun dengan jumlah 26 orang (65%), sedangkan sisanya yaitu 14 orang (35%) dengan usia 22 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa tersebut berada pada usia produktif, sehingga sudah menunjukkan minatnya untuk menjadi wirausaha. Dari 40

responden sebagian besar berada pada tahun angkatan 2017 dengan jumlah 29 orang (72,5%) sedangkan sisanya dengan jumlah 11 orang (27,5%) adalah tahun angkatan 2016.

Dari 40 responden sebagian besar orang tua mereka bekerja sebagai wirausaha dengan jumlah 20 orang (50%), sehingga hal ini dapat menjadi acuan mahasiswa untuk mengambil konsentrasi kewirausahaan karena memiliki orang tua yang dapat menjadi contoh atau panutan mereka untuk menjadi wirausaha yang lebih sukses. Dari 40 responden sebagian besar memiliki orang tua dengan penghasilan lebih dari 4 juta rupiah dalam setiap bulannya dengan jumlah 19 orang (47,5%), artinya bahwa banyak dari mahasiswa tersebut memiliki latar belakang sebagai orang yang mampu atau tidak berada dalam garis kemiskinan.

Dari 40 responden juga menunjukkan bahwa sebagian dari mereka sudah pernah melakukan transaksi melalui *e-commerce* dengan jumlah 37 orang (92,5%), sedangkan hanya 3 orang (7,5%) yang belum pernah melakukan transaksi melalui *e-commerce*, yang artinya bahwa mereka sudah memanfaatkan teknologi untuk berbelanja dan mempermudah mereka untuk melakukan transaksi.

4.1.2. Crosstab Karakteristik Tahun Angkatan dengan Jenis Kelamin Responden

Data orang yang dipilih menjadi sampel penelitian berdasarkan angkatan dan gender atau jenis kelamin membantu memudahkan untuk mendapatkan informasi tentang jumlah orang yang diwawancarai. Karena

penentuan narasumber dalam penelitian ini dilakukan secara acak, tidak ada metode khusus untuk menentukan jumlah narasumber berdasarkan usia dan jenis kelamin sendiri.

Data responden berdasarkan angkatan dengan jenis kelamin ini berguna untuk mempermudah dalam mendapatkan informasi mengenai jumlah responden berdasarkan angkatan dengan jenis kelamin responden yang terpilih menjadi sampel dalam penelitian. Dikarenakan penentuan responden dalam penelitian ini dilakukan secara acak, maka tidak ada penetapan khusus mengenai jumlah responden berdasarkan angkatan maupun jenis kelamin responden itu sendiri. Oleh karena itu, dengan adanya crosstab antara tahun angkatan dengan jenis kelamin ini diharapkan dapat mengetahui perpaduan dari kedua karakteristik tersebut. Hasil crosstab dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.2

Crosstab Tahun Angkatan dengan Jenis Kelamin

Tahun Angkatan * Jenis Kelamin Crosstabulation

		Jenis Kelamin		Total
		Laki - Laki	Perempuan	
Tahun Angkatan	2016	8	3	11
	2017	12	17	29
Total		20	20	40

Sumber : Data primer yang diolah, 2020.

Berdasarkan tabel 4.2 menunjukkan bahwa dari 40 responden, dari tahun angkatan 2016 terdiri dari 8 orang laki-laki dan 3 orang perempuan. Sedangkan tahun angkatan 2017 terdiri dari 12 orang laki-laki dan 17 orang perempuan. Hal tersebut menunjukkan bahwa penyebaran sudah merata

karena tidak dipilih berdasarkan gender maupun tahun angkatannya, sehingga diharapkan akan lebih mewakili populasi yang ada.

4.1.3. Crosstab Karakteristik Tahun Angkatan dengan Usia Responden

Data orang yang dipilih menjadi sampel berdasarkan angkatan dengan usia ini berguna dalam mempermudah untuk mengetahui jumlah responden berdasarkan kategori angkatan dengan usia responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini. Dalam penelitian tidak diberlakukan penetapan jumlah tertentu mengenai jumlah responden berdasarkan angkatan maupun usia responden itu sendiri dikarenakan penentuan responden dalam penelitian ini dilakukan secara acak. Oleh karena itu, dengan adanya crosstab antara tahun angkatan dengan usia diharapkan dapat dapat mengetahui perpaduan dari kedua karakteristik tersebut. Hasil crosstab dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.3
Crosstab Tahun Angkatan dengan Usia
Tahun Angkatan * Usia Crosstabulation

		Usia		Total
		21.00	22.00	
Tahun Angkatan	2016	0	11	11
	2017	26	3	29
Total		26	14	40

Sumber : Data primer yang diolah, 2020.

Berdasarkan tabel 4.3 menunjukkan bahwa dari 40 responden, dari tahun angkatan 2016 hanya terdiri 11 orang yang berusia 22 tahun. Sedangkan tahun angkatan 2017 terdiri dari 26 orang yang berusia 21 tahun dan 3 orang yang berusia 3 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa tahun angkatan 2016 diisi

oleh mahasiswa yang lebih senior dilihat dari usianya, karena sesuai tahun mereka masuk di UNIKA Soegijapranata Semarang.

4.1.4. Crosstab Karakteristik Tahun Angkatan dengan Pernah atau Tidak melakukan Transaksi melalui *E-Commerce*

Data responden berdasarkan angkatan dengan pernah atau tidaknya mereka melakukan transaksi menggunakan *e-commerce* ini berguna untuk mempermudah dalam mengetahui jumlah responden berdasarkan kategori tahun angkatan yang pernah atau belum pernah menggunakan *e-commerce* sampai saat ini. Dalam penelitian ini tidak diberlakukan penetapan jumlah khusus mengenai jumlah responden berdasarkan tahun angkatan yang sudah atau belum pernah bertransaksi melalui *e-commerce* tersebut karena penentuan responden dalam penelitian ini dilakukan secara acak.

Tabel 4.4

Crosstab Tahun Angkatan dengan Pernah atau Tidak melakukan Transaksi melalui *E-Commerce*

Tahun Angkatan * Transaksi E-Commerce Crosstabulation

		Transaksi E-Commerce		Total
		Belum pernah	Pernah	
Tahun Angkatan	2016.00	3	8	11
	2017.00	0	29	29
Total		3	37	40

Sumber : Data primer yang diolah, 2020.

Berdasarkan tabel 4.4 menunjukkan bahwa dari 40 responden, tahun angkatan 2016 masih ada 3 orang yang belum pernah melakukan transaksi menggunakan *e-commerce* dan 8 orang yang pernah melakukan transaksi melalui *e-commerce*. Sedangkan tahun angkatan 2017 semua mahasiswa dengan jumlah 29 orang sudah pernah melakukan transaksi menggunakan *e-*

commerce. Hal ini menunjukkan bahwa tahun angkatan yang lebih baru sudah sangat bergantung pada teknologi dan sudah mampu memanfaatkan *e-commerce* untuk mempermudah kegiatan ataupun transaksi mereka.

4.2. Deskriptif Variabel

Deskriptif variabel dilakukan untuk mengetahui tanggapan responden mengenai variabel lingkungan keluarga, pendidikan kewirausahaan, *e-commerce*, dan minat berwirausaha dapat diketahui dan diidentifikasi melalui jawaban kuesioner yang telah dijawab dan diisi secara langsung oleh responden. Rentang skala dalam penelitian dikategorikan sebagai berikut:

1,00 – 1,80 = Sangat Rendah

1,81 – 2,60 = Rendah

2,61 – 3,40 = Sedang

3,41 – 4,20 = Tinggi

4,21 – 5,00 = Sangat Tinggi

Hasil analisis tanggapan responden terhadap masing-masing variabel penelitian dapat dilihat hasilnya sebagai berikut :

4.2.1.1. Variabel Lingkungan Keluarga

Hasil tanggapan responden dari penyebaran kuesioner terhadap pertanyaan-pertanyaan mengenai variabel lingkungan keluarga adalah sebagai berikut:

Tabel 4.5**Tanggapan Responden terhadap Lingkungan Keluarga**

Indikator	Frekuensi dan Skor										Jumlah Skor	Nilai Indeks
	STS 1		TS 2		N 3		S 4		SS 5			
	F	S	F	S	F	S	F	S	F	S		
Orang tua mengajarkan hidup mandiri sejak dini	0	0	1	2	3	9	8	32	28	140	183	4,57
Adanya relasi antar anggota keluarga	0	0	1	2	2	6	13	52	24	120	180	4,50
Keadaan ekonomi yang mendukung	0	0	1	2	3	9	18	72	18	90	173	4,33
Tingginya perhatian orang tua terhadap anak	0	0	0	0	3	9	11	44	26	130	183	4,57
Latar belakang orang tua mendukung	0	0	2	4	2	6	11	44	25	125	179	4,48
Nilai Rata-rata Tanggapan Responden												4,49

Sumber : Data primer yang diolah, 2020.

Keterangan:

F : Frekuensi, S : Skor

Berdasarkan tabel 4.5, maka tanggapan responden terhadap variabel lingkungan keluarga dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Tanggapan responden terhadap orang tua mengajarkan hidup mandiri sejak dini diperoleh nilai indeks sebesar 4,57 dan masuk dalam kategori sangat tinggi. Hal ini berarti bahwa orang tua mahasiswa mengajarkan mereka untuk hidup mandiri sejak kecil supaya saat sudah dewasa tidak bergantung terhadap orang lain. Dapat dilihat dari banyaknya responden yang memberikan tanggapan sangat setuju terhadap indikator tersebut.
2. Tanggapan responden terhadap adanya relasi antar anggota keluarga diperoleh nilai indeks sebesar 4,50 dan masuk dalam kategori sangat

tinggi. Hal ini berarti bahwa ada sikap yang selalu terbuka dan sikap yang saling mendukung antar anggota dalam keluarga mahasiswa tersebut. Dapat dilihat dari banyaknya responden yang memberikan tanggapan sangat setuju terhadap indikator tersebut.

3. Tanggapan responden terhadap keadaan ekonomi yang mendukung diperoleh nilai indeks sebesar 4,33 dan masuk dalam kategori sangat tinggi. Hal ini berarti bahwa keadaan ekonomi dari keluarga mahasiswa sudah mencukupi untuk digunakan sebagai modal berwirausaha saat ini ataupun setelah mereka lulus kuliah. Dapat dilihat dari banyaknya responden yang memberikan tanggapan sangat setuju terhadap indikator tersebut.
4. Tanggapan responden terhadap tingginya perhatian orang tua terhadap anak diperoleh nilai indeks sebesar 4,57 dan masuk dalam kategori sangat tinggi. Hal ini berarti bahwa keluarga dari mahasiswa tersebut selalu berupaya untuk mendukung jika mereka mau menjadi wirausaha. Dapat dilihat dari banyaknya responden yang memberikan tanggapan sangat setuju terhadap indikator tersebut.
5. Tanggapan responden terhadap latar belakang orang tua yang mendukung diperoleh nilai indeks sebesar 4,48 dan masuk dalam kategori sangat tinggi. Hal ini berarti bahwa latar belakang pekerjaan orang tua dari sebagian besar mahasiswa sudah mendukung mereka untuk melakukan kegiatan berwirausaha. Dapat dilihat dari banyaknya responden yang telah memberikan tanggapan sangat setuju terhadap indikator tersebut.

Berdasarkan hasil tersebut menunjukkan bahwa penilaian terhadap variabel lingkungan keluarga sudah sangat tinggi atau sangat baik, dapat dilihat dari nilai rata-rata indeks yang diperoleh sebesar 4,49. Hal ini berarti bahwa orang tua sudah mengajarkan untuk hidup mandiri, relasi antar anggota keluarga sudah baik, keadaan ekonomi juga sudah mendukung, perhatian orang tua terhadap anak juga sudah tinggi, serta latar belakang orang tua juga sudah mendukung. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya tanggapan sangat setuju terhadap pernyataan yang diajukan.

4.2.1.2. Variabel Pendidikan Kewirausahaan

Hasil tanggapan responden dari penyebaran kuesioner terhadap pertanyaan-pertanyaan mengenai variabel pendidikan kewirausahaan adalah sebagai berikut:

Tabel 4.6
Tanggapan Responden terhadap Pendidikan Kewirausahaan

Indikator	Frekuensi dan Skor										Jumlah Skor	Nilai Indeks
	STS 1		TS 2		N 3		S 4		SS 5			
	F	S	F	S	F	S	F	S	F	S		
Menumbuhkan keinginan berwirausaha	0	0	2	4	2	6	11	44	25	125	179	4,48
Menambah wawasan di bidang wirausaha	0	0	1	2	4	12	17	68	18	90	172	4,30
Menumbuhkan kesadaran adanya peluang bisnis	0	0	0	0	4	12	13	52	23	115	179	4,48
Nilai Rata-rata Tanggapan Responden												4,42

Sumber : Data primer yang diolah, 2020.

Keterangan:

F : Frekuensi, S : Skor

Berdasarkan tabel 4.6, maka tanggapan responden terhadap variabel pendidikan kewirausahaan dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Tanggapan responden terhadap menumbuhkan keinginan berwirausaha telah diperoleh nilai indeks sebesar 4,48 dan masuk dalam kategori sangat tinggi. Hal ini berarti bahwa mereka telah memiliki wawasan yang cukup mengenai wirausaha setelah mendapatkan pendidikan mengenai kewirausahaan. Dapat dilihat dari banyaknya responden yang memberikan tanggapan sangat setuju terhadap indikator tersebut.
2. Tanggapan responden terhadap menambah wawasan di bidang wirausaha telah diperoleh nilai indeks sebesar 4,30 dan masuk dalam kategori sangat tinggi. Hal ini berarti bahwa mereka telah mencari berbagai sumber pengetahuan mengenai kewirausahaan. Dapat dilihat dari banyaknya responden yang memberikan tanggapan sangat setuju terhadap indikator tersebut.
3. Tanggapan responden terhadap menumbuhkan kesadaran adanya peluang bisnis telah diperoleh nilai indeks sebesar 4,48 dan masuk dalam kategori sangat tinggi. Hal ini berarti bahwa sebagian besar mahasiswa mampu menganalisis peluang bisnis. Dapat dilihat dari banyaknya responden yang memberikan tanggapan sangat setuju terhadap indikator tersebut.

Berdasarkan hasil tersebut menunjukkan bahwa penilaian terhadap variabel pendidikan kewirausahaan sudah sangat tinggi atau sangat baik, dapat dilihat dari nilai rata-rata indeks yang diperoleh sebesar 4,42. Hal ini berarti bahwa mereka memiliki wawasan tentang kewirausahaan, mencari

sumber tentang pengetahuan kewirausahaan, serta mampu menganalisis peluang usaha. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya tanggapan sangat setuju terhadap pernyataan yang diajukan.

4.2.1.3. Variabel *E-Commerce*

Hasil tanggapan responden dari penyebaran kuesioner terhadap pertanyaan-pertanyaan mengenai variabel *e-commerce* adalah sebagai berikut:

Tabel 4.7
Tanggapan Responden terhadap *E-Commerce*

Indikator	Frekuensi dan Skor										Jumlah Skor	Nilai Indeks
	STS 1		TS 2		N 3		S 4		SS 5			
	F	S	F	S	F	S	F	S	F	S		
Tidak rumit ketika digunakan	0	0	1	2	5	15	19	76	15	75	168	4,20
Dapat dengan mudah dipelajari.	0	0	0	0	4	12	14	56	22	110	178	4,45
Mudah untuk dikendalikan penggunaannya	0	0	0	0	4	12	18	72	18	90	174	4,35
Dapat dimengerti dalam penggunaannya	0	0	1	2	4	12	18	72	17	85	171	4,28
Mudah untuk digunakan	0	0	1	2	5	15	11	44	23	115	176	4,40
Nilai Rata-rata Tanggapan Responden												4,34

Sumber : Data primer yang diolah, 2020.

Keterangan:

F : Frekuensi, S : Skor

Berdasarkan tabel 4.7, maka tanggapan responden terhadap variabel *e-commerce* dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Tanggapan responden terhadap tidak rumit ketika digunakan telah diperoleh nilai indeks sebesar 4,20 dan masuk dalam kategori tinggi. Hal ini berarti bahwa mereka merasa jika *e-commerce* tidak rumit untuk digunakan oleh mahasiswa dalam mendukung kegiatannya. Dapat dilihat dari banyaknya responden yang memberikan tanggapan setuju terhadap indikator tersebut.
2. Tanggapan responden terhadap dapat dengan mudah dipelajari telah diperoleh nilai indeks sebesar 4,45 dan masuk dalam kategori sangat tinggi. Hal ini berarti bahwa mereka merasa jika *e-commerce* sangat mudah dipelajari penggunaannya oleh siapapun. Dapat dilihat dari banyaknya responden yang memberikan tanggapan sangat setuju terhadap indikator tersebut.
3. Tanggapan responden terhadap mudah untuk dikendalikan penggunaannya telah diperoleh nilai indeks sebesar 4,35 dan masuk dalam kategori sangat tinggi. Hal ini berarti bahwa mereka merasa sangat mudah untuk mengendalikan atau dengan mudah belajar menggunakan *e-commerce*. Dapat dilihat dari banyaknya responden yang memberikan tanggapan sangat setuju terhadap indikator tersebut.
4. Tanggapan responden terhadap dapat dimengerti dalam penggunaannya telah diperoleh nilai indeks sebesar 4,28 dan masuk dalam kategori sangat tinggi. Hal ini berarti bahwa mereka sangat mudah untuk mengerti tentang penggunaan dari *e-commerce*. Dapat dilihat dari banyaknya responden yang memberikan tanggapan sangat setuju terhadap indikator tersebut.

5. Tanggapan responden terhadap mudah untuk digunakan telah diperoleh nilai indeks sebesar 4,40 dan masuk dalam kategori sangat tinggi. Hal ini berarti bahwa mereka merasa jika secara keseluruhan *e-commerce* sangat mudah untuk digunakan. Dapat dilihat dari banyaknya responden yang memberikan tanggapan sangat setuju terhadap indikator tersebut.

Berdasarkan hasil tersebut menunjukkan bahwa penilaian terhadap variabel *e-commerce* sudah sangat tinggi atau sangat baik, dapat dilihat dari nilai rata-rata indeks yang diperoleh sebesar 4,34. Hal ini berarti bahwa *e-commerce* tidak rumit ketika digunakan, dapat dengan mudah dipelajari, mudah untuk dikendalikan penggunaannya, dapat dimengerti dalam penggunaannya, dan mudah untuk digunakan. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya tanggapan sangat setuju terhadap pernyataan yang diajukan.

4.2.1.4. Variabel Minat Berwirausaha

Hasil tanggapan responden dari penyebaran kuesioner terhadap pertanyaan-pertanyaan mengenai variabel minat berwirausaha adalah sebagai berikut:

Tabel 4.8
Tanggapan Responden terhadap Minat Berwirausaha

Indikator	Frekuensi dan Skor					Jumlah Skor	Nilai Indeks
	STS	TS	N	S	SS		

	1		2		3		4		5			
	F	S	F	S	F	S	F	S	F	S		
Perasaan senang atau suka	0	0	0	0	4	12	16	64	20	100	176	4,40
Perhatian	0	0	1	2	4	12	18	72	17	85	171	4,28
Kesadaran	0	0	1	2	4	12	15	60	20	100	174	4,35
Kemauan	0	0	0	0	6	18	15	60	19	95	173	4,33
Nilai Rata-rata Tanggapan Responden												4,34

Sumber : Data primer yang diolah, 2020.

Keterangan:

F : Frekuensi, S : Skor

Berdasarkan tabel 4.8, maka tanggapan responden terhadap variabel minat berwirausaha dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Tanggapan responden terhadap perasaan senang atau suka telah diperoleh nilai indeks sebesar 4,40 dan masuk dalam kategori tinggi. Hal ini berarti bahwa mahasiswa merasa akan sangat senang atau gembira jika mereka mampu memiliki usaha sendiri. Dapat dilihat dari banyaknya responden yang memberikan tanggapan setuju terhadap indikator tersebut.
2. Tanggapan responden terhadap perhatian telah diperoleh nilai indeks sebesar 4,28 dan masuk dalam kategori tinggi. Hal ini berarti bahwa mahasiswa berminat berwirausaha karena dengan berwirausaha mereka memiliki kebebasan dan tidak aturan yang mengikat. Dapat dilihat dari banyaknya responden yang memberikan tanggapan setuju terhadap indikator tersebut.
3. Tanggapan responden terhadap kesadaran telah diperoleh nilai indeks sebesar 4,35 dan masuk dalam kategori tinggi. Hal ini berarti bahwa mahasiswa merasa tertarik untuk berwirausaha karena dapat menciptakan peluang untuk mengembangkan bakat mereka. Dapat dilihat dari

banyaknya responden yang memberikan tanggapan setuju terhadap indikator tersebut.

4. Tanggapan responden terhadap kemauan telah diperoleh nilai indeks sebesar 4,33 dan masuk dalam kategori tinggi. Hal ini berarti bahwa sebagian besar mahasiswa bertekad untuk memulai usahanya sendiri setelah lulus kuliah. Dapat dilihat dari banyaknya responden yang memberikan tanggapan setuju terhadap indikator tersebut.

Berdasarkan hasil tersebut menunjukkan bahwa penilaian terhadap variabel minat berwirausaha sudah sangat tinggi atau sangat baik, dapat dilihat dari nilai rata-rata indeks yang diperoleh sebesar 4,34. Hal ini berarti bahwa mereka merasa senang atau suka untuk berwirausaha, memiliki perhatian, kesadaran, dan kemauan. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya tanggapan sangat setuju terhadap pernyataan yang diajukan.

4.3. Analisis Data

4.3.1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen ($X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$) dengan variabel dependen (Y). Analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh lingkungan keluarga (X_1), pendidikan kewirausahaan (X_2), dan *e-Commerce* (X_3) terhadap minat berwirausaha (Y). Analisis regresi linier berganda akan dilakukan dengan menggunakan

program SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) versi 17.0. Hasil analisis regresi adalah sebagai berikut:

Tabel 4.9
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	4.024	2.966	
	Lingkungan Keluarga	.278	.133	.339
	Pendidikan Kewirausahaan	.016	.192	.013
	E-Commerce	.318	.155	.346

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

Sumber : Data primer yang diolah, 2020.

Berdasarkan hasil analisis pada tabel 4.9, persamaan regresi linier berganda dapat dituliskan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

$$Y = 4,024 + 0,278X_1 + 0,016 X_2 + 0,318 X_3$$

Konstanta sebesar 0,118 menunjukkan bahwa variabel bebas yaitu kemudahan e-commerce, kegunaan e-commerce, kepercayaan dan norma subjektif mempunyai nilai konstan pengertian nilai konstan sendiri yaitu nilai yang tidak pernah berubah atau tidak adanya variasi. Maka antara variabel bebas dan variabel terikatnya yaitu minat berwirausaha mempunyai nilai positif

Hasil regresi tersebut diatas, maka dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta sebesar 4,024 menunjukkan bahwa variabel bebas yaitu lingkungan kerlaurag, pendidikan kewirausahaan, dan *e-commerce* memiliki nilai konstan, pengertian nilai konstan tersebut adalah nilai yang tidak pernah berubah atau tidak adanya variasi. Oleh karena itu, antara

variabel bebas dan terikatnya yaitu minat berwirausaha memiliki nilai positif.

2. Koefisien regresi variabel lingkungan keluarga, pendidikan kewirausahaan, dan *e-commerce* memiliki nilai positif terhadap variabel terikat yaitu minat berwirausaha. Artinya jika nilai dari lingkungan keluarga, pendidikan kewirausahaan, dan *e-commerce* mengalami peningkatan, maka minat berwirausaha didalamnya juga akan meningkat.
3. Nilai yang paling dominan yang pada tabel diatas yaitu *e-commerce* dengan nilai 0,318, sehingga dapat disimpulkan bahwa *e-commerce* memiliki pengaruh yang cukup tinggi terhadap minat berwirausaha.

4.3.2. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) dalam penelitian ini digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan lingkungan keluarga, pendidikan kewirausahaan, dan *e-commerce* dalam menerangkan variasi variabel minat berwirausaha. Nilai R^2 yang mendekati nol artinya kemampuan lingkungan keluarga, pendidikan kewirausahaan, dan *e-commerce* dalam menerangkan variasi variabel minat berwirausaha amat terbatas. Sebaliknya jika nilai yang mendekati 1 variabel berarti lingkungan keluarga, pendidikan kewirausahaan, dan *e-commerce* memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi minat berwirausaha. Hasil koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.10
Hasil Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.609 ^a	.371	.318	1.87506

a. Predictors: (Constant), E-Commerce, Pendidikan Kewirausahaan, Lingkungan Keluarga

b. Dependent Variable: Mlnat Berwirausaha

Sumber : Data primer yang diolah, 2020.

Berdasarkan tabel 4.10, menunjukkan bahwa besarnya nilai R^2 yang dilihat dari kolom *R Square* adalah 0,371. Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel lingkungan keluarga, pendidikan kewirausahaan, dan *e-commerce* dapat menjelaskan variasi variabel minat berwirausaha sebesar 37,1% (0,371 x 100%), sedangkan sisanya yaitu sebesar 62,9% variasi minat berwirausaha dapat dijelaskan oleh variabel lain di luar model, misalnya seperti kepribadian wirausaha, karakteristik wirausaha, pengetahuan kewirausahaan, kepercayaan diri, *self efficacy*, serta variabel lainnya.

4.3.3. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui pengaruh lingkungan keluarga, pendidikan kewirausahaan, dan *e-commerce* baik secara parsial ataupun secara simultan terhadap minat berwirausahaan. Untuk mengetahui hasil uji hipotesis tersebut, maka digunakan dua cara pengujian, yaitu:

4.3.3.1. Uji Statistik t

Uji statistik t digunakan untuk mengetahui pengaruh lingkungan keluarga, pendidikan kewirausahaan, dan *e-commerce* terhadap minat berwirausaha secara parsial. Uji statistik t akan dilakukan dengan

membandingkan antara nilai t hitung dengan t tabel dan signifikan dengan 0,05. Jika nilai t hitung > t tabel dan signfikansi < 0,05, maka hasilnya adalah menerima hipotesis alternatif (Ha). Sebaliknya, jika nilai t hitung < t tabel dan signfikansi > 0,05, hasilnya adalah menerima hipotesis nol (Ho).

Jumlah sampel yang digunakan adalah 40 responden, dan nilai t tabel dapat diperoleh dengan rumus, $df = n - 1 - k$, $df = 40 - 1 - 3 = 36$, dengan tingkat signifikansi yang digunakan adalah $\alpha = 0,05$, maka diperoleh nilai t tabel = 1,688. Hasil uji hipotesis t dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.11
Hasil Uji Statistik t

Model		t	Sig.
1	(Constant)	1.357	.183
	Lingkungan Keluarga	2.094	.043
	Pendidikan Kewirausahaan	.083	.934
	E-Commerce	2.057	.047

a. Dependent Variable: Mlnat Berwirausaha

Sumber : Data primer yang diolah, 2020.

Berdasarkan tabel 4.11, maka pengaruh lingkungan keluarga, pendidikan kewirausahaan, dan *e-commerce* secara parsial terhadap minat berwirausaha dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Uji t Pengaruh Lingkungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh besarnya nilai t hitung variabel lingkungan keluarga adalah 2,094 dan nilai signifikansi 0,043. Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar daripada nilai t tabel

yaitu $2,094 > 1,688$, dan nilai signiifkansi lebih kecil dari $0,05$ yaitu $0,043 < 0,05$. Sehingga keputusannya adalah menerima hipotesis alternatif (H_a), yang berarti bahwa lingkungan kerja berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis satu yang menyatakan bahwa lingkungan keluarga berpengaruh terhadap minat berwirausaha secara staitistik dapat diterima.

2. Uji t Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh besarnya nilai t hitung variabel pendidikan kewirausahaan adalah $0,083$ dan nilai signifikansi $0,934$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih kecil daripada nilai t tabel yaitu $0,083 < 1,688$, dan nilai signiifkansi lebih besar daripada $0,05$ yaitu $0,934 > 0,05$. Sehingga keputusannya adalah menerima hipotesis nol (H_0), yang berarti bahwa pendidikan kewirausahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis dua yang menyatakan bahwa pendidikan kewirausahaan tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha.

3. Uji t Pengaruh *E-Commerce* terhadap Minat Berwirausaha

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh besarnya nilai t hitung variabel *e-commerce* adalah $2,057$ dan nilai signifikansi $0,047$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar daripada nilai t tabel yaitu $2,057 > 1,688$, dan nilai signiifkansi lebih kecil daripada $0,05$ yaitu $0,047$

< 0,05. Sehingga keputusannya adalah menerima hipotesis alternatif (H_a), yang berarti bahwa *e-commerce* berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis tiga yang menyatakan bahwa *e-commerce* berpengaruh terhadap minat berwirausaha secara staitistik dapat diterima.

4.3.3.2. Uji Statisik F

Pada penelitian ini, uji statistik F akan digunakan untuk mengetahui pengaruh secara simultan dari variabel lingkungan keluarga, pendidikan kewirausahaan, dan *e-commerce* terhadap minat berwirausaha. Jumlah sampel yang digunakan adalah 40 responden, dengan tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$, sehingga dapat dihitung nilai $df = n - 1 - k$, $df = 40 - 1 - 3 = 36$, dengan nilai df penyebut yaitu 36, df pembilang 3 dan tingkat signifikansi = 0,05, maka diperoleh besarnya nilai dari F tabel adalah 2,87. Hasil uji statistik F dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.12

Hasil Uji Statistik F

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	74.530	3	24.843	7.066	.001 ^a
	Residual	126.570	36	3.516		
	Total	201.100	39			

a. Predictors: (Constant), E-Commerce, Pendidikan Kewirausahaan, Lingkungan Keluarga

b. Dependent Variable: Mlnat Berwirausaha
Sumber : Data primer yang diolah, 2020.

Berdasarkan hasil uji statistik F pada tabel 4.12, menunjukkan bahwa besarnya nilai F hitung yang diperoleh adalah 7,066 dan nilai signifikansi 0,001. Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai F hitung lebih besar dari F tabel yaitu $7,066 > 2,87$, dan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$. Sehingga dapat diartikan bahwa variabel lingkungan keluarga, pendidikan kewirausahaan, dan *e-commerce* secara bersama-sama atau simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Dari hasil tersebut juga dapat disimpulkan bahwa hipotesis empat yang menyatakan lingkungan keluarga, pendidikan kewirausahaan, dan *e-commerce* secara bersama-sama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha secara statistik dapat diterima.

4.4. Pembahasan

Pembahasan mengenai pengaruh variabel lingkungan keluarga, pendidikan kewirausahaan, dan *e-commerce* terhadap minat berwirausaha baik secara parsial maupun secara simultan adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh Lingkungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa FEB UNIKA Soegijapranata Semarang

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa hipotesis satu diterima, artinya bahwa lingkungan keluarga berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha. Hal ini dapat dilihat dari nilai t hitung yang lebih besar dari t tabel, serta nilai signifikansi yang

lebih kecil dibandingkan dengan 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa jika lingkungan keluarga semakin baik dengan orang tua, relasi anggota, keadaan ekonomi yang dimiliki oleh mahasiswa semakin mendukung, maka akan meningkatkan minat berwirausaha yang ada dalam diri mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNIKA Soegijapranata Semarang.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa lingkungan kerja dapat menjadi salah satu faktor yang penting untuk meningkatkan minat berwirausaha dalam diri mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNIKA Soegijapranata Semarang yang mengambil konsentrasi kewirausahaan. Hal ini dilihat dari pengaruhnya yang positif dan signifikan, sehingga dengan adanya peningkatan lingkungan keluarga akan meningkatkan minat berwirausaha. Hasil ini juga menunjukkan bahwa semakin baik lingkungan keluarga yang dibangun dengan indikator seperti orang tua mengajarkan hidup mandiri sejak dini, adanya relasi antar anggota keluarga, keadaan ekonomi yang mendukung, tingginya perhatian orang tua terhadap anak, serta latar belakang orang tua mendukung akan dapat meningkatkan minat berwirausaha dari mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNIKA Soegijapranata Semarang yang mengambil konsentrasi kewirausahaan. Hasil ini mendukung hasil penelitian Sari & Rahayu (2019) serta Firman & Suryadi (2020) yang menyatakan bahwa lingkungan keluarga berpengaruh terhadap minat berwirausaha.

2. Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa FEB UNIKA Soegijapranata Semarang

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa hipotesis dua tidak dapat diterima, artinya bahwa pendidikan kewirausahaan tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Hal ini dapat dilihat dari nilai t hitung yang lebih kecil dari t tabel, serta nilai signifikansi yang lebih besar dibandingkan dengan 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa dengan adanya pendidikan kewirausahaan yang semakin tinggi dari seorang mahasiswa, maka tidak akan meningkatkan minat berwirausaha yang ada dalam diri mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNIKA Soegijapranata Semarang.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan tidak dapat menjadi salah satu faktor yang dapat menentukan tingginya minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNIKA Soegijapranata Semarang. Hal ini dilihat dari pengaruhnya yang tidak signifikan terhadap minat berwirausaha, sehingga dapat diindikasikan dengan adanya peningkatan pendidikan kewirausahaan tidak mampu meningkatkan minat berwirausaha secara signifikan. Hasil tersebut juga menunjukkan dengan semakin baik pendidikan kewirausahaan yang diukur dengan indikator seperti membangun keinginan berwirausaha, menambah wawasan di bidang wirausaha, serta menumbuhkan kesadaran adanya peluang bisni belum mampu meningkatkan dengan signifikan dari minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNIKA

Soegijapranata Semarang. Hasil ini tidak mendukung hasil dari penelitian Firman & Suryadi (2020) serta Sari & Rahayu, (2019) yang menyatakan pendidikan kewirausahaan berpengaruh terhadap minat berwirausaha.

3. Pengaruh *E-Commerce* terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa FEB UNIKA Soegijapranata Semarang

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa hipotesis tiga diterima, artinya bahwa *e-commerce* berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha. Hal ini dapat dilihat dari nilai *t* hitung yang lebih besar dari *t* tabel, serta nilai signifikansi yang lebih kecil dibandingkan dengan 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa jika *e-commerce* yang diterapkan semakin mudah dipelajari dan mudah dipergunakan oleh mahasiswa, maka akan meningkatkan minat berwirausaha yang ada dalam diri mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNIKA Soegijapranata Semarang.

Hasil ini menunjukkan bahwa *e-commerce* dapat menjadi salah satu faktor yang paling penting dalam mendukung mahasiswa untuk meningkatkan minat berwirausaha dari mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNIKA Soegijapranata Semarang. Hal ini dapat dilihat dari pengaruhnya yang positif dan signifikan, dimana hal ini mengindikasikan dengan adanya peningkatan dari *e-commerce* juga dapat meningkatkan minat berwirausaha. Hasil ini juga menunjukkan dengan semakin baik *e-commerce* yang diukur dengan indikator seperti tidak rumit ketika digunakan, dapat dengan mudah dipelajari, mudah untuk dikendalikan

penggunaannya, dapat dimengerti dalam penggunaannya, dan mudah untuk digunakan dapat meningkatkan minat berwirausaha dari mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNIKA Soegijapranata Semarang. Hasil ini telah mendukung hasil penelitian dari Sari & Rahayu (2019); Sari & Wibawa (2017); Trihudiyatmanto (2019) serta Yadewani & Wijaya (2017) yang menyatakan bahwa *e-commerce* berpengaruh terhadap minat berwirausaha.

