

**PENGARUH *E-COMMERCE*, *ENTREPRENEUR KNOWLEDGE*,  
*INNOVATION CAPABILITY*, DAN *FAMILY SUPPORT* TERHADAP  
KEPUTUSAN BERWIRAUSAHA MAHASISWA AKUNTANSI  
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Islam  
Indonesia)**



**Skripsi**

Oleh:

Nama: Viona Yola Amalia

No. Mahasiswa: 17312458

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
YOGYAKARTA**

**2022**

**PENGARUH *E-COMMERCE*, *ENTREPRENEUR KNOWLEDGE*,  
*INNOVATION CAPABILITY*, DAN *FAMILY SUPPORT* TERHADAP  
KEPUTUSAN BERWIRUSAHA MAHASISWA AKUNTANSI  
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Islam  
Indonesia)**

SKRIPSI

Disusun dan diajukan untuk memenuhi sebagai salah satu syarat untuk mencapai  
derajat Sarjana Strata-1 Program Studi Akuntansi pada Fakultas Bisnis dan  
Ekonomika UII

Oleh:

Nama: Viona Yola Amalia

No. Mahasiswa: 17312458

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA**

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**YOGYAKARTA**

**2022**

## HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

### PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.

Ponorogo, 16 Desember 2022

Penulis,



METERAL  
TEMPER  
DAKX131034599

(Viona Yola Amalia)

Scanned by TapScanner

**PENGARUH *E-COMMERCE*, *ENTREPRENEUR KNOWLEDGE*,  
*INNOVATION CAPABILITY*, DAN *FAMILY SUPPORT* TERHADAP  
KEPUTUSAN BERWIRAUSAHA MAHASISWA AKUNTANSI  
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Islam  
Indonesia)**

SKRIPSI

Disusun dan diajukan untuk memenuhi sebagai salah satu syarat untuk mencapai  
derajat Sarjana Strata-1 Program Studi Akuntansi pada Fakultas Bisnis dan  
Ekonomika UII

Diajukan Oleh:

Nama: Viona Yola Amalia

No. Mahasiswa: 17312458

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada Tanggal 13 Desember 2022

Dosen Pembimbing,



(Noor Endah Cahyawati, Dra., M.Si., CMA., CPAM)

# BERITA ACARA

## BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI

### SKRIPSI BERJUDUL

PENGARUH E-COMMERCE, ENTREPRENEUR KNOWLEDGE, INNOVATION CAPABILITY, DAN FAMILY SUPPORT TERHADAP KEPUTUSAN BERWIRAUSAHA MAHASISWA AKUNTANSI (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Islam Indonesia)

Disusun oleh : VIONA YOLA AMALIA

Nomor Mahasiswa : 17312458

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji dan dinyatakan Lulus pada hari, tanggal: Senin, 16 Januari 2023

Penguji/Pembimbing Skripsi : Noor Endah Cahyawati, Dra., M.Si., CMA., CAPM

Penguji : Primanita Setyono, Dra., MBA., Ak., CA., CMA., CAPM



Mengetahui  
Deputi Dekan Bidang Bisnis dan Ekonomika  
Universitas Islam Indonesia



Johan Arifin, S.Pd., Ph.D., CFA, CertIPSAS.

## MOTTO

*Man Jadda Wajada*

(Barang siapa yang bersungguh-sungguh akan berhasil)

“Orang yang meraih kesuksesan tidak selalu orang yang pintar. Orang yang meraih kesuksesan adalah orang yang gigih dan pantang menyerah.”

(Susi Pudjiastuti)

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai kesanggupannya”

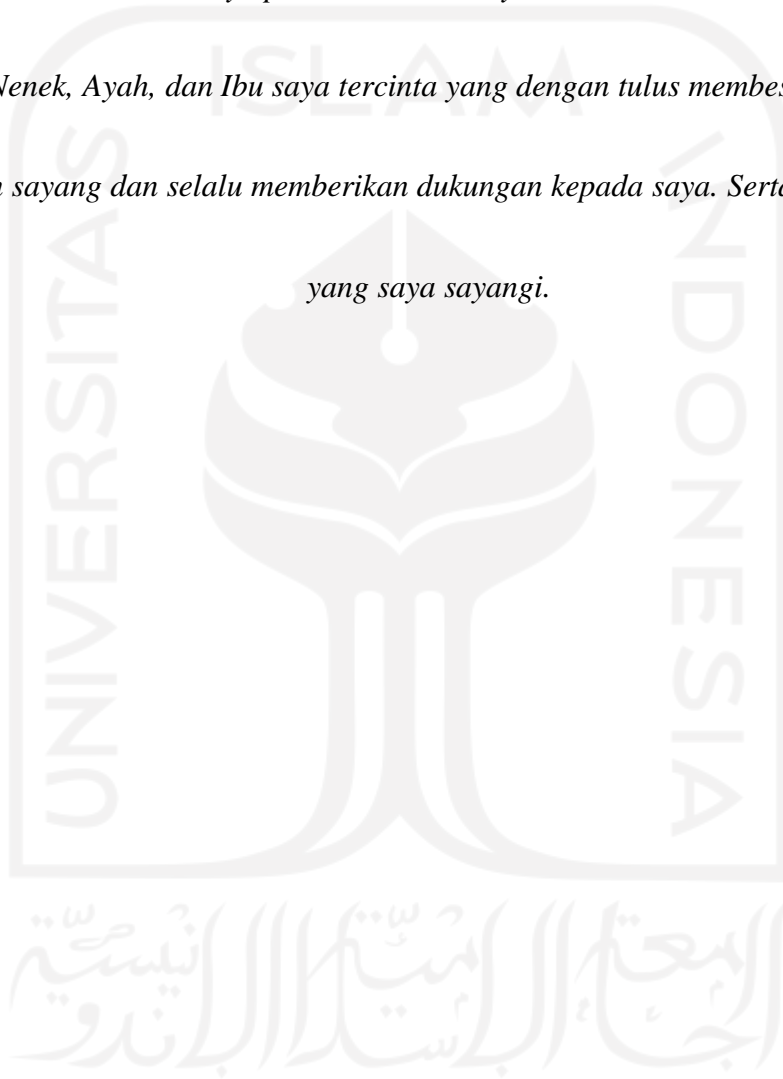
(QS Al Baqarah 286)

الجمعة المباركة  
الاستدراك  
التيه

## HALAMAN PERSEMBAHAN

*Saya persembahkan karya ini untuk:*

*Kakek, Nenek, Ayah, dan Ibu saya tercinta yang dengan tulus membesarkan dengan kasih sayang dan selalu memberikan dukungan kepada saya. Serta adik-adik yang saya sayangi.*



## KATA PENGANTAR

**Assalamualaikum Wr. Wb.**

Alhamdulillahirabbil'alamin, segala puji dan syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “PENGARUH *E-COMMERCE*, *ENTREPRENEUR KNOWLEDGE*, *INNOVATION CAPABILITY*, DAN *FAMILY SUPPORT* TERHADAP KEPUTUSAN BERWIRAUSAHA MAHASISWA AKUNTANSI (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Islam Indonesia)”. Penyusunan skripsi ini ditulis sebagai salah satu syarat akademis untuk memperoleh gelar sarjana Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan laporan skripsi ini tidak pernah terlepas dari doa, dukungan, bimbingan, motivasi, dan semangat dari berbagai pihak. Oleh karena itu, perkenankanlah penulis untuk mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah melimpahkan kelancaran, ketegaran, dan karunia-Nya.
2. Kakek Marto Wiyono dan Nenek Djariyah yang dengan tulus sudah membesarkan saya hingga sebesar ini memberikan nasihat, motivasi, dan dukungan materi maupun non materi tanpa henti.



3. Ayah Gatot Suharyono, Ibu Sulasmiati serta adik-adik saya Dinda dan Gladys yang telah memberikan kasih sayang, semangat, dan dukungan tanpa henti.
4. Ibu Noor Endah Cahyawati, Dra., M.Si., CMA., CPAM. sebagai dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan, arahan, waktu, nasihat, serta inspirasi dalam penulisan skripsi ini hingga akhir.
5. Bapak Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D., CFA. selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
6. Bapak Rifqi Muhammad, S.E., S.H., M.Sc., Ph.D. selaku Ketua Program Studi Akuntansi Program Sarjana Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
7. Para dosen Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat.
8. Untuk teman laki-laki saya Syahrul Imam Tauchid S.Pd yang telah membantu, membimbing dan memberikan dukungan dalam proses mengerjakan skripsi.
9. Sahabat kuliah Meita, Liliana, Anis, Arum, Rini, Ainun dan Anisa yang telah menemani hari-hari penulis selama perkuliahan, belajar kompre bersama, keluh kesah, dan banyak sekali pengalaman-pengalaman yang tidak terlupakan.
10. Teman-teman Lembaga Eksekutif Mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika UII yang telah menjadi keluarga saya selama di Yogyakarta.

11. Teman-teman angkatan 2017 Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia yang selalu solid dan saling membantu satu sama lain.
12. Para responden yang telah membantu peneliti dalam pengisian kuesioner, semoga Allah SWT membalas kebaikan kalian.
13. Kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya bagi Bapak, Ibu, Saudara/i yang telah membantu selama proses penyusunan skripsi.

Penulis berharap karya ini dapat bermanfaat bagi pembacanya.

**Wassalamu'alaikum Wr. Wb.**

Penulis

Viona Yola Amalia

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL .....	ii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	x
ABSTRAK .....	xvii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	8
2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1 Konsep Kewirausahaan .....	8
2.1.2 <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB).....	9
2.1.3 <i>E-Commerce</i> .....	12
2.1.4 <i>Entrepreneur Knowledge</i> .....	14
2.1.5 <i>Innovation Capability</i> .....	14
2.1.6 <i>Family Support</i> .....	15
2.2 Penelitian Terdahulu .....	16
2.3 Hipotesis Penelitian.....	22
2.3.1 Hubungan pengaruh <i>E-Commerce</i> terhadap Keputusan Berwirausaha.....	22
2.3.2 Hubungan pengaruh <i>Entrepreneur Knowledge</i> terhadap Keputusan Berwirausaha .....	23

2.3.3 Hubungan pengaruh <i>Innovation Capability</i> terhadap Keputusan Berwirausaha .....	25
2.3.4 Hubungan pengaruh <i>Family Support</i> terhadap Keputusan Berwirausaha .	26
2.3.5 Hubungan Pengaruh <i>E-Commerce, Entrepreneur Knowledge, Innovation Capability</i> dan <i>Family Support</i> terhadap Keputusan Berwirausaha .....	28
2.4 Kerangka Berfikir.....	28
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>30</b>
3.1 Populasi dan Sampel Penelitian .....	30
3.1.1 Populasi.....	30
3.1.2 Sampel .....	30
3.2 Jenis Data, Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data .....	31
3.3 Definisi dan Pengukuran Variabel Penelitian .....	31
3.3.1 <i>E-Commerce</i> .....	32
3.3.2 <i>Entrepreneur Knowledge</i> .....	33
3.3.3 <i>Innovation Capability</i> .....	34
3.3.4 <i>Family Support</i> .....	35
3.3.5 Keputusan Berwirausaha .....	35
3.4 Metode Analisis Data .....	36
3.4.1 Uji Instrumen .....	37
3.4.2 Uji Asumsi Klasik Model .....	38
3.5 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	39
3.6 Uji Hipotesis .....	39
3.6.1 Analisis Regresi Berganda.....	39
3.6.2 Uji t.....	40
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>41</b>
4.1 Hasil pengumpulan Data .....	41
4.2 Karakteristik Penelitian .....	41
4.2.1 Klasifikasi responden berdasarkan Nomor Induk Mahasiswa .....	42
4.2.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	43

4.2.3 Klasifikasi responden berikut berdasarkan Jenis Usaha dan Mata Kuliah yang Berkontribusi .....	44
4.3 Hasil Uji Instrumen .....	46
4.3.1 Uji Validitas .....	46
4.3.1 Hasil Uji Reliabilitas .....	48
4.4 Uji Asumsi Klasik .....	49
4.4.1 Uji Normalitas .....	49
4.4.2 Hasil Uji Multikolinearitas .....	50
4.4.3 Heterokedasitas .....	51
4.5 Analisis Regresi Berganda.....	52
4.5.1 Koefisien Determinasi .....	52
4.5.2 Uji T.....	53
4.5.3 Uji F.....	55
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian .....	56
4.6.1 <i>E-Commerce</i> berpengaruh positif terhadap keputusan berwirausaha .....	56
4.6.2 <i>Entrepreneur Knowledge</i> berpengaruh positif terhadap keputusan berwirausaha .....	57
4.6.3 <i>Innovation Capability</i> berpengaruh positif terhadap keputusan berwirausaha .....	58
4.6.4 <i>Family Support</i> berpengaruh positif terhadap keputusan berwirausaha... ..	59
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	61
5.1 Kesimpulan .....	61
5.2 Keterbatasan Penelitian Berdasarkan hasil penelitian ini memiliki keterbatasan dan kekurangan di antaranya yaitu: .....	62
5.3 Implikasi .....	63
5.4 Saran.....	64
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	65

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Penelitian Terdahulu.....	16
Tabel 3. 1 Instrumen Pengukuran Variabel E-Commerce .....	33
Tabel 3. 2 Instrumen Pengukuran Variabel Entrepreneur Knowledge .....	34
Tabel 3. 3 Instrumen Pengukuran Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan.....	34
Tabel 3. 4 Instrumen Pengukuran Variabel Family Support.....	35
Tabel 3. 5 Instrumen Pengukuran Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan.....	36
Tabel 4. 1 Pengembalian Kuesioner .....	42
Tabel 4. 2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Nomor Induk Mahasiswa .....	43
Tabel 4. 3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	43
Tabel 4. 4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Usaha dan Mata Kuliah yang Berkontribusi .....	44
Tabel 4. 5 Rangkuman Hasil Pengujian Validitas .....	46
Tabel 4. 6 Rangkuman Hasil Pengujian Reliabilitas .....	49
Tabel 4. 7 Rangkuman Hasil Pengujian Normalitas .....	50
Tabel 4. 8 Rangkuman Hasil Pengujian Multikolinearitas .....	51
Tabel 4. 9 Koefisien Determinasi .....	53
Tabel 4. 10 Uji T.....	53
Tabel 4. 11 Uji F.....	55

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 1 Rumus <i>cronbach alpha</i> .....	48
Gambar 1 2 Indeks Reliabelitas .....	48
Gambar 1 3 Uji Heterokedasitas.....	52



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian .....	71
Lampiran 2 Tabulasi Data .....	75
Lampiran 3 Karakteristik Responden .....	86
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	87
Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	90
Lampiran 6 Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	92





## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji Pengaruh *E-Commerce*, *Entrepreneur Knowledge*, *Innovation Capability* dan *Family Support* Terhadap Keputusan Berwirausaha Mahasiswa Akuntansi Di Universitas Islam Indonesia. Penelitian ini menggunakan *nonprobability sampling* dan Pengumpulan data dilakukan dengan metode kuesioner menggunakan *google form* yang disebarkan pada responden dan diolah menggunakan *SPSS Statistic 25*. Penelitian ini menggabungkan teori dari *Theory of Planned Behaviour* (TPB) dan Teori Atribusi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) *E-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berwirausaha (2) *Entrepreneur knowledge* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berwirausaha (3) *Innovation capability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berwirausaha (4) *Family support* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berwirausaha.

**Kata Kunci:** *E-commerce*, *Entrepreneur knowledge*, *Innovation capability*, *Family support*, Keputusan berwirausaha

## ABSTRACT

*This purpose of the research to examine the Effect of E-Commerce, Entrepreneur Knowledge, Innovation Capability and Family Support on Accounting Students' Entrepreneurial Decisions at the Islamic University of Indonesia. This study used nonprobability sampling and data collection was carried out using a questionnaire method using a Google form which was distributed to respondents and processed using SPSS Statistics 25. This research combines theories from Theory of Planned Behavior (TPB) and Attribution Theory. The results of the study show that (1) E-commerce has a positive and significant effect on entrepreneurial decisions (2) Entrepreneur's knowledge has a positive and significant effect on entrepreneurial decisions (3) Innovation ability has a positive and significant effect on entrepreneurial decisions (4) Family support has a positive and significant effect on entrepreneurial decisions.*

**Keywords:** *E-commerce, Entrepreneurial knowledge, Innovation ability, Family support, Entrepreneurial decision*

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Indonesia merupakan Negara berkembang yang memiliki jumlah penduduk terbanyak didunia. Padahal jika dilihat dari kualitas sumber daya manusianya tergolong rendah dan memiliki tingkat pengangguran yang tinggi. Pengangguran merupakan salah satu masalah utama yang ada di Indonesia. Penyumbang angka pengangguran terbesar berasal dari keluarga terdidik. Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) di Indonesia meningkat menjadi 7,07 persen pada Agustus 2020, naik 1,84 persen dari 5,23 persen pada tahun sebelumnya. Selain itu, Tingkat Pengangguran Terbuka lulusan Sarjana dan Diploma meningkat pada Februari 2020. Secara persentase, jumlah lulusan diploma yang tidak bekerja meningkat sebesar 2,13 persen, sedangkan lulusan sarjana yang tidak bekerja meningkat sebesar 1,71 persen. berasal dari keluarga terdidik. Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) di Indonesia meningkat menjadi 7,07 persen pada Agustus 2020, naik 1,84 persen dari 5,23 persen pada tahun sebelumnya. Selain itu, Tingkat Pengangguran Terbuka lulusan Sarjana dan Diploma meningkat pada Februari 2020. Secara persentase, jumlah lulusan diploma yang tidak bekerja meningkat sebesar 2,13 persen, sedangkan lulusan

sarjana yang tidak bekerja meningkat sebesar 1,71 persen. (Badan Pusat Statistik, 2020).

Berdasarkan tingkat pendidikannya, semakin banyak lulusan perguruan tinggi dan diploma yang tidak bekerja. Meningkatnya pengangguran di kalangan penduduk terdidik diduga disebabkan oleh berbagai faktor. Salah satunya adalah individu berpendidikan rendah lebih cenderung mengambil pekerjaan apa pun. Hal ini berbeda dengan individu dengan gelar tinggi. Maka dari pada itu lulusan perguruan tinggi menjadi salah satu penyebab bertambahnya pengangguran di Indonesia. Akibatnya, perguruan tinggi harus berperan dalam mendorong lulusan untuk menjadi mandiri dengan menciptakan pekerjaan mereka sendiri daripada mengandalkan kesempatan kerja yang terbatas.

Menumbuhkan jiwa kewirausahaan khususnya di kalangan mahasiswa diyakini dapat memecahkan permasalahan dengan sumber daya manusia yang berkualitas dan peluang usaha yang kreatif dalam menghadapi persaingan global tanpa mengabaikan potensi lokal. (Hapsary et al., 2021).

Kewirausahaan merupakan semangat, sikap, perilaku, dan kemampuan untuk mengelola usaha atau kegiatan lain yang mengarah pada upaya untuk menemukan, menciptakan, dan menerapkan metode kerja, teknologi, dan produk baru dengan meningkatkan efisiensi guna memberikan layanan yang lebih baik atau menghasilkan keuntungan yang lebih banyak. Keputusan Menteri Koperasi dan Pembinaan Pengusaha Kecil Nomor.

961/KEP/M/XI/1995 menyebutkan bahwa wirausaha adalah pola pikir, perilaku, dan keterampilan kewirausahaan yang dimiliki seseorang. Orang yang mempunyai keberanian membuka lapangan pekerjaan dengan kemampuan dirinya sendiri adalah pengusaha, wirausaha, atau yang biasa disebut dengan wiraswasta. Karena mereka mampu bekerja, tidak hanya bermanfaat bagi diri mereka sendiri tetapi juga bagi masyarakat (Menteri Koperasi dan Pembinaan Pengusaha, 1995).

Adanya pandemic Corona yang dimulai awal Maret 2020 maka dikeluarkanlah PP Nomor 21 tahun 2020 tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar dengan maksud membatasi pergerakan orang dan barang dan mengharuskan masyarakat jika tidak ada keperluan mendesak diharapkan untuk berdiam diri diruma. (Indonesia, 2020). Orang-orang yang ingin menghasilkan lebih banyak uang dapat memanfaatkan peluang baru ini untuk membangun potensi bisnis online mereka. *E-Commerce*, sebuah teknologi online, membuat jual beli lebih mudah beradaptasi karena dapat menjangkau masyarakat yang lebih luas tanpa dibatasi oleh jarak maupun waktu, dapat dilakukan kapan saja, tidak memerlukan banyak ruang untuk memulai usaha, dan dapat dilakukan di mana saja. Ruang penyimpanan barang di gudang yang lebih adaptif karena jangkauan pemasaran yang lebih luas, memudahkan calon pembeli untuk memilih produk yang diinginkan, pembayaran dapat dilakukan melalui transfer, dan masih ada keuntungan lainnya.

Keputusan mahasiswa dalam berwirausaha diduga dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal, seperti kurangnya keterampilan mereka dalam memanfaatkan teknologi canggih yang tersedia untuk memfasilitasi kegiatan kewirausahaan, yang menghambat mereka untuk menangkap peluang bisnis melalui *E-Commerce*, yaitu saat ini dianggap sebagai warna baru dalam dunia kewirausahaan. Rendahnya *Entrepreneur Knowledge* juga menjadi faktor penting yang membuat seseorang berfikir kurang kreatif sehingga tidak dapat menghasilkan pemikiran, gagasan dan karya baru. Selain itu, Kurangnya *Innovation Capability* seseorang dapat berdampak pada produk yang mereka pilih untuk dijual, membuat bisnis mereka kurang inovatif dan kurang kompetitif di pasar. Keluarga cenderung ingin anaknya bekerja di instansi atau menjadi PNS, yang dianggap mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam berwirausaha. Hal ini ditambah dengan lemahnya dukungan keluarga atau *Family Support* menyebabkan rasa percaya diri yang rendah pada mahasiswa dalam memutuskan untuk menjadi seorang wirausaha.

Sejumlah studi pendahulu telah meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan kewirausahaan mahasiswa. (Inayati (2018) meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha siswa antara lain sikap, lingkungan keluarga, dan motivasi. Penelitian ini menggunakan *Theory Planned Behavior* (TPB). (Nurabiah et al., 2021) melakukan penelitian tentang *e-commerce* dan sistem informasi sebagai factor pendorong pengambilan keputusan mahasiswa akuntansi dalam berwirausaha. Penelitian ini

menggunakan *Technology Accepted Model* (TAM) dan *Theory Contingency*. (Hapsary et al., 2021) melakukan penelitian tentang Pengaruh *e-commerce*, *innovation capability*, dan *family support* terhadap keputusan berwirausaha mahasiswa. Penelitian ini menggunakan *teori entrepreneurship*.

Penelitian ini mengembangkan model untuk menyelidiki faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan kewirausahaan yang dibuat oleh mahasiswa., dibangun dari penelitian sebelumnya. dengan menggabungkan *Theory of Planned Behavior* (TPB) dan Teori Atribusi. Adapun judul penelitian ini adalah **“Pengaruh *E-Commerce*, *Entrepreneur Knowledge*, *Innovation Capability* dan *Family Support* Terhadap Keputusan Berwirausaha Mahasiswa Akuntansi Di Universitas Islam Indonesia”**.

## 1.2 Rumusan Masalah

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *E-Commerce* berpengaruh positif terhadap Keputusan Berwirausaha Mahasiswa akuntansi di UII?
2. Apakah *Entrepreneur Knowledge* berpengaruh positif terhadap Keputusan berwirausaha Mahasiswa akuntansi di UII?
3. Apakah *Innovation Capability* berpengaruh positif terhadap Keputusan Berwirausaha Mahasiswa akuntansi di UII?

4. Apakah *Family Support* berpengaruh positif terhadap Keputusan Berwirausaha Mahasiswa akuntansi di UII?
5. Apakah *E-Commerce*, *Entrepreneur Knowledge*, *Innovation Capability* dan *Family Support* berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Berwirausaha Mahasiswa akuntansi di UII?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan sebagai berikut:

1. Untuk menunjukkan bukti empiris bahwa *E-Commerce* berpengaruh terhadap Keputusan Berwirausaha Mahasiswa akuntansi di UII
2. Untuk menunjukkan bukti empiris bahwa *Entrepreneur Knowledge* berpengaruh terhadap Keputusan berwirausaha Mahasiswa akuntansi di UII
3. Untuk menunjukkan bukti empiris bahwa *Innovation Capability* berpengaruh terhadap Keputusan Berwirausaha Mahasiswa akuntansi di UII
4. Untuk menunjukkan bukti empiris bahwa *Family Support* berpengaruh terhadap Keputusan Berwirausaha Mahasiswa akuntansi di UII
5. Untuk menunjukkan bukti empiris bahwa *E-Commerce*, *Entrepreneur Knowledge*, *Innovation Capability* dan *Family Support* berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Berwirausaha Mahasiswa akuntansi di UII



#### 1.4 Manfaat Penelitian

Dengan melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *E-Commerce*, *Entrepreneur Knowledge*, *Innovation Capability* dan *Family Support* Terhadap Keputusan Berwirausaha Mahasiswa Akuntansi Di Universitas Islam Indonesia”

1. Hasil penelitian ini dapat memberikan informasi kepada mahasiswa akuntansi di Fakultas Bisnis dan Ekonomi Universitas Islam Indonesia yang akan menarik minat mereka untuk memulai bisnis mereka sendiri dan memungkinkan mereka untuk mempraktikkan teori yang telah mereka pelajari di universitas.
2. Hasil penelitian ini dapat memberikan informasi kepada Fakultas Bisnis dan Ekonomi Universitas Islam Indonesia dalam rangka meningkatkan jumlah wirausahawan handal dan meningkatkan mutu pendidikan secara keseluruhan.
3. Hasil penelitian ini dapat memberikan informasi kepada penulis untuk mempraktekkan teori-teori yang dipelajari di bangku kuliah, khususnya ilmu kewirausahaan. Selain itu, mereka memperoleh tambahan ilmu dan informasi sehingga mampu menciptakan lapangan kerja sendiri dan berkarya di masyarakat.

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### 2.1 Landasan Teori

Landasan teori berisi penjelasan mengenai ide kewirausahaan dan masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu *E-Commerce*, *Entrepreneur Knowledge*, *Innovation Capability*, *Family Support* dan Keputusan Berwirausaha. *Grand theory* yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Theory of Planned Behavior* (TPB) dan Teori Atribusi.

##### 2.1.1 Konsep Kewirausahaan

Menurut (Siagian *et al.*, 2020) Kewirausahaan mencakup proses menemukan sesuatu yang baru, mengambil resiko yang muncul, dan mencapai kepuasan diri sendiri. Dari pengertian kewirausahaan diatas, terdapat 4 aspek dasar yang terkandung bagi pengusaha, antara lain:

1. Melibatkan pembuatan produk atau layanan yang berharga.
2. Proses memakan banyak waktu dan tenaga.
3. Ada pengusaha yang terlibat di dalam proses dan kebebasan hal agar mendapat kepuasan diri sendiri
4. Ikuti langkah-langkah yang diambil oleh pengusaha yang akan membawa perubahan.

Sedangkan menurut (Ningsih, 2017) menyatakan bahwa peran universitas dalam memberikan pendidikan kewirausahaan melalui perkuliahan, praktek, dan seminar merupakan faktor utama dalam bangkitnya jiwa kewirausahaan.

Dalam pendidikan kewirausahaan tidak hanya memberikan pengetahuan tentang ide kewirausahaan tetapi juga membentuk pola berfikir, sikap, dan perilaku wirausaha. Pendidikan kewirausahaan merupakan salah satu pendorong mahasiswa dalam mempersiapkan diri untuk memulai suatu usaha. Upaya pembekalan keterampilan, pengetahuan dan pengalaman dapat membantu dalam mengembangkan dan memperluas usaha mereka nantinya.

### **2.1.2 Theory of Planned Behavior (TPB)**

*Theory of Reasoned Action* (TRA) dikembangkan menjadi model *Theory of Planned Behavior* (TPB). *Theory of Planned Behavior* adalah teori yang menjelaskan mengapa orang melakukan apa yang mereka lakukan (Ajzen, 2015). *Theory of Planned Behavior* biasanya menjelaskan perilaku seseorang selain menjelaskan niat atau minat seseorang. Menurut penjelasan (Ajzen, 2015), *Theory of Planned Behaviour* cocok untuk menjelaskan setiap perilaku yang membutuhkan perencanaan, seperti kewirausahaan yang diterjemahkan sebagai teori perilaku terencana. Akibatnya, teori ini sangat cocok untuk menjelaskan tindakan seseorang di bidang kewirausahaan. Untuk menjelaskan perilaku seperti kewirausahaan yang membutuhkan perencanaan.

Menurut Ajzen (1991), pada *Theory of Planned Behavior* terdapat tiga konsep di dalamnya, yaitu :

1. *Attitude towards the behavior*

Pengembangan penilaian yang memiliki efek positif atau negatif disebut sebagai sikap terhadap perilaku seseorang, dan sikap tersebut berdampak signifikan terhadap proses pengambilan keputusan.

2. *Subjective norm*

Norma subjektif mengacu pada kesulitan yang ada (baik internal maupun eksternal pribadi individu) yang tampaknya melakukan atau menghindari cara berperilaku seperti itu. Seperti tingkat pengetahuan, motivasi, dan pengaruh lingkungan seseorang.

3. *Perceived behavioural control*

Kontrol, di sisi lain, adalah keyakinan bahwa seseorang mampu melakukan tindakan tertentu. Ini menunjukkan keinginan seseorang untuk bertindak, yang mengarah pada pembentukan keputusan.

Empat gagasan dalam *Theory of Planned Behavior* (TPB) menjadi fokus penelitian ini, yang melihat bagaimana *E-Commerce*, *Entrepreneur knowledge*, *Innovation capability*, dan *Family support* Mempengaruhi Keputusan Berwirausaha. Variabel *E-Commerce* mencerminkan konsep sikap terhadap Variabel perilaku, *Entrepreneur knowledge*, *Innovation capability*, dan *Family support* mencerminkan konsep norma subyektif, dan variabel keputusan kewirausahaan mencerminkan konsep kontrol perilaku. Hal ini sejalan dengan

(Krueger et al., 2000) yang mengatakan bahwa kewirausahaan adalah perilaku terencana, dan bahwa *Theory of Planned Behavior* (TPB) menjelaskan bagaimana minat seseorang atau individu untuk berwirausaha dipengaruhi oleh berbagai faktor.

### **2.1.2 Teori Atribusi**

Teori Atribusi adalah teori yang menggambarkan tindakan seseorang. cara proses kita menentukan penyebab perilaku seseorang dijelaskan oleh teori atribusi. Teori ini, menurut Luthans (2005), adalah tentang bagaimana seseorang menggunakan dua factor-faktor internal dan faktor eksternal untuk menjelaskan perilaku orang lain atau diri mereka sendiri.

Sifat, watak, sikap, dan faktor lainnya semuanya dapat dikaitkan dengan faktor internal. Sedangkan perilaku individu dapat dipengaruhi oleh faktor eksternal, seperti tekanan situasi atau kondisi lingkungan tertentu. perilaku dapat dipengaruhi baik oleh kekuatan internal maupun eksternal, dikembangkan oleh Heider (1958).

Kesimpulan yang dapat diambil dari uraian di atas adalah bahwa minat mahasiswa dalam berwirausaha dapat dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal dengan menggunakan teori atribusi sebagai landasannya. Penelitian ini mengkaji pengaruh *e-commerce*. Variabel *e-commerce*, variabel *Entrepreneur Knowledge*, dan variabel *Family Support* merupakan faktor eksternal dihasilkan dari kondisi lingkungan saat ini, sedangkan variabel

keputusan berwirausaha, dan variabel *Innovation capability*, dapat dikatakan sebagai faktor internal yang bersumber dari individu mahasiswa.

### **2.1.3 E-Commerce**

*E-commerce* atau *Electronic commerce* merupakan sebuah proses membeli, menjual, atau mentransfer atau bertukar produk, barang, atau jasa menggunakan media elektronik seperti internet atau jaringan computer lain. *E-commerce* ini didefinisikan sebagai transaksi komersial yang melibatkan pertukaran nilai yang dilakukan melalui atau menggunakan teknologi digital antar organisasi dan individu (Kenneth C. Laudon, 2017). Pengguna *e-commerce* harus menggunakan internet, juga dikenal sebagai *world wide web*, serta aplikasi atau browser seluler. Kemajuan terbaru dalam infrastruktur internet adalah platform seluler, yang memungkinkan ponsel cerdas, tablet, dan laptop terhubung ke internet melalui jaringan nirkabel (wifi) atau layanan telepon seluler. Namun, aplikasi *mobile* saat ini menjadi media yang paling banyak digunakan untuk mengakses *e-commerce*. (Kenneth C. Laudon, 2017).

Transaksi jual beli barang kini dapat dilakukan secara online tanpa harus bertemu langsung berkat *e-commerce* yang menjamin keamanan semua transaksi. Ketika produsen ingin memasarkan produknya, mereka dapat mengakses produk yang akan ditawarkan kapan saja. Ketika konsumen menginginkan produk, mereka dapat mengaksesnya kapan pun mereka membutuhkannya dengan terhubung ke internet. Akibatnya, memulai bisnis

akan lebih sederhana dan lebih mudah diakses dari sebelumnya. Perluasan pasar, di sisi lain, akan jauh lebih sederhana dan lebih cepat dari pemasaran tradisional. Untuk memastikan tidak ada pihak yang merasa dirugikan, gambar dan deskripsi mendalam tentang produk tersedia untuk pelanggan.. Mereka juga dapat meminta informasi terkait produk dari produsen.

### **2.1.3 Keputusan Berwirausaha**

Keputusan merupakan pilihan alternatif untuk menyelesaikan permasalahan, dengan terlebih dahulu memahami permasalahannya dengan cara mengurai masalah sehingga didapatkan pokok permasalahan atau bukan permasalahan, selanjutnya dengan keilmuan dapat merumuskan berbagai alternatif penyelesaian permasalahan yang berdasar dan di dukung data dan fakta yang akurat (Muhyadi, 2015) Wirausaha adalah seseorang yang dapat berpikir dan bersedia mengambil kesempatan untuk menghasilkan uang dan mengembangkan bisnisnya. Mereka dapat melakukannya dengan menemukan peluang dan menggunakan sumber daya seperti uang, tenaga kerja, informasi, keterampilan, dan bahan mentah. (Rifkhan, 2017).

Menurut (Hapsary et al., 2021) keputusan berwirausaha adalah seseorang yang bersedia mengambil kesempatan untuk mendirikan, menjalankan, dan memperluas bisnis dengan tujuan mendapatkan uang untuk diri sendiri dan orang lain.

#### **2.1.4 Entrepreneur Knowledge**

*Entrepreneurial knowledge* merupakan wawasan mendasar yang dimiliki seorang pengusaha mengenai kegiatan kewirausahaan seperti analisis pasar dan ekspansi bisnis untuk menemukan solusi pada setiap hambatan dalam kegiatan kewirausahaan seperti penyelesaian konflik, pengambilan keputusan, mengambil resiko bisnis, dan melihat kesempatan. (Tanjaya & Radianto, 2020).

Pendidikan *entrepreneurship* berkontribusi terhadap tumbuhnya perilaku, keterampilan, dan motivasi kewirausahaan siswa sehingga pendidikan kewirausahaan dapat mengubah cara pandang siswa terhadap pengetahuan kewirausahaan. (Hongdiyanto, 2021) Mendapatkan dukungan melalui pendidikan profesional di perguruan tinggi adalah cara yang bagus untuk belajar tentang pengetahuan dan tujuan kewirausahaan. Pentingnya pendidikan kewirausahaan ditunjukkan oleh beberapa hal yang telah disebutkan. Pengetahuan dasar tentang kewirausahaan, penciptaan ide dan peluang bisnis, aspek perencanaan usaha, dan penyusunan proposal usaha merupakan dimensi pengetahuan kewirausahaan.

#### **2.1.5 Innovation Capability**

Menurut (Septiani Dian, 2017), *Innovation capability* adalah kemampuan untuk menghasilkan konsep inovatif yang bermanfaat bagi bisnis dan dapat berkontribusi pada keunggulan kompetitif mereka. Kemajuan adalah sesuatu yang belum pernah dirasakan oleh pembeli sebelumnya untuk



meningkatkan produk atau layanan yang dibuat. Perusahaan akan melakukan berbagai upaya untuk mendapatkan keunggulan kompetitif, terutama di pasar bebas. Salah satu strategi yang digunakan bisnis untuk tetap bertahan atau berkembang adalah inovasi. Perubahan kebutuhan, wirausaha tidak akan mampu bertahan lama tanpa adanya keinginan dan permintaan pelanggan, yang merupakan kekuatan pendorong di balik inovasi.

#### **2.1.6 Family Support**

*Family support* (Dukungan keluarga) merupakan suatu bentuk perilaku melayani yang dilakukan oleh keluarga baik dalam bentuk dukungan emosi, penghargaan, informasi dan instrumental (Sangian et al., 2017). Oleh karena itu, berada dalam hubungan keluarga yang saling memperhatikan dan mendukung satu sama lain merupakan salah satu bentuk dukungan keluarga. Keyakinan, cita-cita, dan rencana karir masa depan seorang anak sangat dipengaruhi oleh keluarga mereka.

Dukungan emosional, dukungan informasi, penghargaan, dan dukungan finansial atau instrumental adalah semua bentuk dukungan keluarga. Ini akan memberikan rasa nyaman dan bahwa anggota keluarga peduli satu sama lain melalui dukungan yang diberikan. Penelitian Periera et al (2017) menemukan bahwa, tingkat niat seseorang untuk berwirausaha dipengaruhi oleh tingkat dukungan dari keluarganya. Untuk berhasil sebagai seorang wirausaha,

seseorang mutlak membutuhkan restu dan dukungan dari keluarganya sebagai kekuatan, keberanian, dan dorongan.

## 2.2 Penelitian Terdahulu

Meninjau penelitian sebelumnya, hasilnya beragam karena ada berbagai cara pengukuran yang digunakan untuk mengukur variable. Berikut beberapa penelitian terdahulu yang dinilai masih memiliki hubungan dengan penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

**Tabel 1. 1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Peneliti	Judul	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1	(Essia Ries Ahmed et al., 2019)	<i>An Examination of Social Media Role in Entrepreneurial Intention among Accounting Students: A SEM Study in Malaysia</i>	Variabel Independen : - <i>Social Media Role</i>  Variabel Dependen : - <i>Entrepreneurial Intention</i>	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel <i>Social Media Role</i> berpengaruh positif terhadap variabel <i>Entrepreneurial Intention</i>
2	(Bauboniené et al., 2018)	<i>Factors Influencing Student Entrepreneurshi</i>	Variabel Independen : - <i>Personal Qualities</i> - <i>The Image of Student Entrepreneurship</i>	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel

		<i>p Intention : The Case of Lithuanian and South Korean Universities</i>	- <i>The Environmental Impact</i>  Variabel Dependen : - <i>Entrepreneurship Vary Across Cultures</i>	<i>Personal Qualities dan The Image of Student Entrepreneurship berpengaruh positif signifikan terhadap variabel Entrepreneurship Vary Across Cultures</i>
3	(Dewi & Widhiyani, 2021)	<i>The Influence of Self Efficacy, E-Commerce and Entrepreneurial Education in Decision Making for Entrepreneurs (Case Study of Accounting Major Students Faculty of Economics and Business,</i>	Variabel Independen : - <i>Self Efficacy</i> - <i>E-Commerce</i> - <i>Entrepreneurial Education</i>  Variabel Dependen : - <i>Decision Making for Entrepreneurs</i>	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel <i>Self Efficacy, E-Commerce</i> dan <i>Entrepreneurial Education</i> berpengaruh positif signifikan terhadap variabel <i>Decision Making for</i>

		<i>Udayana University)</i>		<i>Entrepreneurs</i>
4	(Periera et al., 2017)	Pengaruh Dukungan Orangtua terhadap Minat Anak dalam berwirausaha (Pada Siswa SMK Strada Koja, Jakarta Utara)	Variabel Independen : - Dukungan orang tua  Variabel Dependen : - Minat Anak dalam Berwirausaha	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara dukungan Orang tua dengan minat anak berwirausaha di SMK Strada Koja, Jakarta Utara
5	(Noviantoro, 2017)	Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi Berwirausaha Dan Lingkungan keluarga Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus Pada Mahasiswa Akuntansi FE UNY)	Variabel Independen : - Pengetahuan Kewirausahaan - Motivasi Berwirausaha - Lingkungan Keluarga  Variabel Dependen : - Minat berwirausaha	Hasil penelitian ini menunjukkan Variabel Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi Berwirausaha, Lingkungan Keluarga Berpengaruh positif terhadap Minat Berwirausaha.

6	(Diyah Chandra Kartika Sari, 2017)	Pengaruh Penggunaan <i>E-commerce</i> Dalam Proses Penjualan Terhadap Minat Berwirausaha ( Studi Kasus Pada Siswa SMK NEGERI NGRAHO)	Variabel Independen : - Penggunaan <i>E-commerce</i> - Proses Penjualan Variabel Dependen : - Minat berwirausaha	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Penggunaan <i>e-commerce</i> dan Proses penjualan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha
7	(Agung & Sumaryanto, 2018)	Pengaruh Motivasi dan Mental Berwirausaha terhadap Minat Mahasiswa Akuntansi untuk Berwirausaha (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Ahmad Dahlan)	Variabel Independen : - Motivasi Berwirausaha - Mental Berwirausaha Variabel Dependen : - Minat Berwirausaha	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Variabel Motivasi dan Mental Berwirausaha Berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha.
8	Yadewani Dan Wijaya (2017)	Pengaruh <i>E-commerce</i> Terhadap Minat Berwirausaha	Variabel Independen : - <i>E-Commerce</i> Variabel Dependen :	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel <i>E-commerce</i>

		(Studi Kasus Pada AMIK Jayanusa Padang)	- Minat Berwirausaha	berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha.
9	(Hamdani, 2020)	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)	Variabel Independen : - Lingkungan Keluarga - Pengetahuan Kewirausahaan - Ekspektasi Pendapatan - Motivasi Berwirausaha  Variabel Dependen : - Minat Berwirausaha	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Lingkungan Keluarga Tidak Berpengaruh Terhadap Minat Berwirausaha, Pengetahuan Kewirausahaan, Ekspektasi Pendapatan Tidak Berpengaruh Terhadap Minat Berwirausaha, Motivasi Berwirausaha berpengaruh Terhadap Minat Berwirausaha.
10	Nurabiah, Herlina,	<i>E-Commerce</i> Dan Sistem	Variabel Independen : - <i>E-commerce</i>	Hasil penelitian ini menunjukkan

	Yusli (2021)	Informasi Akuntansi Berwirausaha	- Sistem Informasi Akuntansi  Variabel Dependen : - Keputusan berwirausaha	bahwa variabel <i>e- commerce</i> berpengaruh positif tidak signifikan terhadap pengambilan keputusan mahasiswa akuntansi dalam berwirausaha dan Sistem informasi akuntansi berpengaruh positif signifikan terhadap pengambilan keputusan mahasiswa akuntansi dalam berwirausaha
11	(Hapsary et al., 2021)	Pengaruh <i>E-Commerce</i> , <i>Innovation Capability</i> dan <i>Family Support</i> Terhadap	Variabel Independen : - <i>E-Commerce</i> - <i>Innovation Capability</i> - <i>Family Support</i>	Hasil penelitian ini menunjukkan Terdapat ; pengaruh positif dan signifikan <i>E-Commerce</i>

		Keputusan Berwirausaha Mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo	Variabel Dependen : - Keputusan Berwirausaha	terhadap Keputusan Berwirausaha, Terdapat pengaruh positif dan signifikan Innovation Capability terhadap Keputusan Berwirausaha
--	--	--	---	---

## 2.3 Hipotesis Penelitian

### 2.3.1 Hubungan pengaruh *E-Commerce* terhadap Keputusan Berwirausaha

*Theory of Planned Behavior (TPB)* merupakan teori yang menjelaskan mengapa seseorang mengambil tindakan tertentu dan masalah apa yang menyebabkannya. Hal ini berkaitan dengan variabel *E-Commerce*. Untuk mengetahui niat dan minat seseorang untuk berwirausaha agar bisa menerapkan sistem *E-Commerce* maka diperlukan sebuah metode yaitu *Theory of Planned Behavior*. Dalam metode tersebut ditunjukkan bahwa secara konseptual niat berperilaku dapat dipengaruhi oleh pendirian kepada perilaku, *social factor*, dan tingkat kendali pelaku yang dirasakan. (Ajzen, 1991).



*E-commerce* yang membuat berbisnis menjadi lebih mudah, cepat, dan aman akan memudahkan para pengusaha yang memiliki akses layanan internet untuk memasarkan barangnya ke seluruh Indonesia dan luar negeri. Selain itu, produsen dapat menggunakan modal kapan saja ingin memasarkan produknya karena lebih mudah beradaptasi. Minat seseorang untuk memutuskan menjadi wirausaha diperkirakan akan meningkat akibat adanya *e-commerce*.

Penelitian yang dilakukan (Margareta & Setiawati, 2019) menjelaskan bahwa *E-Commerce* pengaruh positif terhadap pengambilan Keputusan Mahasiswa Berwirausaha. Berdasarkan pemikiran diatas dapat disusun hipotesis sebagai berikut:

**H<sub>1</sub>: *E-Commerce* berpengaruh positif terhadap Keputusan Berwirausaha Mahasiswa Jurusan Akuntansi Universitas Islam Indonesia**

### **2.3.2 Hubungan pengaruh *Entrepreneur Knowledge* terhadap Keputusan Berwirausaha**

*Theory of Planned Behavior (TPB)* ) merupakan teori yang menjelaskan mengapa seseorang mengambil tindakan tertentu dan masalah apa yang menyebabkannya. Hal ini berkaitan dengan variabel *Entrepreneur knowledge* merupakan wawasan mendasar yang digunakan pengusaha untuk menguasai hambatan dalam kegiatan kewirausahaan seperti penyelesaian konflik, pengambilan keputusan, mengambil resiko bisnis, dan menemukan peluang, seperti analisis pasar dan perluasan bisnis. (Tanjaya & Radianto, 2020).

*Theory of Planned Behavior* (TPB) berkaitan dengan variabel *Entrepreneur Knowledge*. Sesuai dengan konsep teori ini, yaitu norma subyektif, yang mengacu pada tekanan sosial yang muncul untuk mendorong atau menghambat perilaku tertentu. Ketika mengambil mata kuliah pendidikan kewirausahaan, seorang mahasiswa dengan *Entrepreneur Knowledge* yang kuat cenderung memperhatikan minatnya dalam kewirausahaan. Maka dari pada itu, *Entrepreneur Knowledge* dapat dihubungkan dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB).

Teori Atribusi menjelaskan bagaimana metode mengidentifikasi alasan di balik perilaku seseorang. Hal ini juga berkaitan dengan variabel *Entrepreneur Knowledge* yang diterima mahasiswa dalam perkuliahan. Hal ini dikarenakan keputusan berwirausaha mahasiswa dapat dipengaruhi oleh *Entrepreneur Knowledge* faktor eksternal. Kewirausahaan akan lebih menarik minat dari mahasiswa yang sudah familiar dengannya. Sebaliknya, mahasiswa yang pengetahuan kewirausahaannya rendah biasanya kurang berminat dalam berwirausaha. Maka dari pada itu, Teori Atribusi dan *Entrepreneur Knowledge* dapat dihubungkan.. Hal tersebut didukung dalam penelitian (Noviantoro, 2017) yang membuktikan bahwa minat mahasiswa dalam berwirausaha berkorelasi dengan tingkat *Entrepreneur Knowledge* mereka. Berbeda dengan penelitian (Hamdani, 2020) yang membuktikan bahwa Minat berwirausaha mahasiswa tidak terpengaruh karena *Entrepreneur Knowledge* yang diperolehnya tidak sesuai dengan perkembangan karakter dan keterampilan

berwirausaha mereka. Berdasarkan Hal tersebut hipotesis kedua dirumuskan sebagai berikut :

**H<sub>2</sub>: *Entrepreneur Knowledge* berpengaruh positif terhadap Keputusan Berwirausaha Mahasiswa Jurusan Akuntansi Universitas Islam Indonesia**

### **2.3.3 Hubungan pengaruh *Innovation Capability* terhadap Keputusan Berwirausaha**

*Theory of Planned Behavior (TPB)* merupakan teori yang menjelaskan mengapa seseorang mengambil tindakan tertentu dan masalah apa yang menyebabkannya. Hal ini berkaitan dengan variabel *Innovation Capability* menurut teori ini, norma subyektif dipengaruhi tekanan sosial yang dikenakan pada orang untuk mendorong atau mencegah perilaku tersebut. Seorang mahasiswa yang memiliki Kemampuan Inovasi selalu memiliki kapasitas untuk memulai, menerima, dan melaksanakan prosedur, barang, atau jasa baru. Ini mendorong siswa untuk membuat pilihan mandiri.. Oleh karena itu, *Innovation Capability* dapat dikaitkan dengan *Theory of Planned Behavior (TPB)*.

Berwirausaha akan lebih mudah jika bisa berpikir kreatif karena bisa memasukkan banyak ide ke dalam produk yang sebenarnya tidak perlu bersaing dengan produk lain yang ada di pasaran. Keputusan seseorang untuk menjadi wirausaha meningkat seiring dengan kemampuannya berinovasi.

Teori Atribusi menjelaskan bagaimana metode mengidentifikasi alasan di balik perilaku seseorang. Hal ini juga berkaitan dengan variabel *Innovation*

*Capability* yang dimiliki mahasiswa. Hal itu disebabkan, karena *Innovation Capability* merupakan faktor eksternal yang berpotensi mempengaruhi keputusan berwirausaha mahasiswa. Seorang mahasiswa yang memiliki *Innovation Capability* mampu mengubah peluang menjadi konsep atau produk. Keinginan untuk berhasil dalam bisnis akan lebih mudah dicapai dengan inovasi. Dalam dunia bisnis, inovasi membuat menghadapi berbagai ketidakpastian dan persaingan yang ketat. Jika Inovasi ditingkatkan maka akan mendorong peningkatan keputusan mahasiswa dalam berwirausaha

Berdasarkan pemikiran diatas dapat disusun hipotesis sebagai berikut:

**H<sub>3</sub>: *Innovation Capability* berpengaruh positif terhadap Keputusan Berwirausaha Mahasiswa Jurusan Akuntansi Universitas Islam Indonesia**

#### **2.3.4 Hubungan pengaruh *Family Support* terhadap Keputusan**

##### **Berwirausaha**

*Theory of Planned Behavior (TPB)* merupakan teori yang menjelaskan mengapa seseorang mengambil tindakan tertentu dan masalah apa yang menyebabkannya. Hal ini berkaitan dengan variabel *Family Support*. Sesuai dengan konsep teori ini, yaitu norma subyektif, yang merujuk pada tekanan sosial yang muncul untuk mendorong atau mencegah perilaku tertentu. Seseorang lebih mungkin mengembangkan minat untuk memulai bisnisnya sendiri jika mereka memiliki lebih banyak dukungan keluarga. Oleh karena itu, sikap dapat dikaitkan dengan *Theory of Planned Behavior (TPB)*.

Dukungan emosional, dukungan informasi, penghargaan, dan dukungan finansial atau instrumental adalah semua bentuk dukungan keluarga. Ini akan memberikan rasa nyaman dan bahwa anggota keluarga peduli satu sama lain melalui dukungan yang diberikan. Penelitian Periera et al (2017) menemukan bahwa, tingkat niat seseorang untuk berwirausaha dipengaruhi oleh tingkat dukungan dari keluarganya. Untuk berhasil sebagai seorang wirausaha, seseorang mutlak membutuhkan restu dan dukungan dari keluarganya sebagai kekuatan, keberanian, dan dorongan.

Teori Atribusi menjelaskan bagaimana metode mengidentifikasi alasan di balik perilaku seseorang. Hal ini juga berkaitan variabel *Family Support* yang dialami mahasiswa. Hal ini disebabkan keputusan berwirausaha mahasiswa dapat dipengaruhi oleh lingkungan keluarganya. Keluarga yang suportif pasti akan membuat mahasiswa memiliki niat atau minat berwirausaha yang tinggi, yang akan berujung pada keputusan berwirausaha. Menantang untuk membangkitkan ketertarikan mahasiswa dalam berwirausaha. Oleh karena itu, sikap dapat dihubungkan dengan Teori Atribusi.

Berdasarkan pemikiran diatas dapat disusun hipotesis sebagai berikut:

**H<sub>4</sub>: *Family Support* berpengaruh positif terhadap Keputusan Berwirausaha Mahasiswa Jurusan Akuntansi Universitas Islam Indonesia**

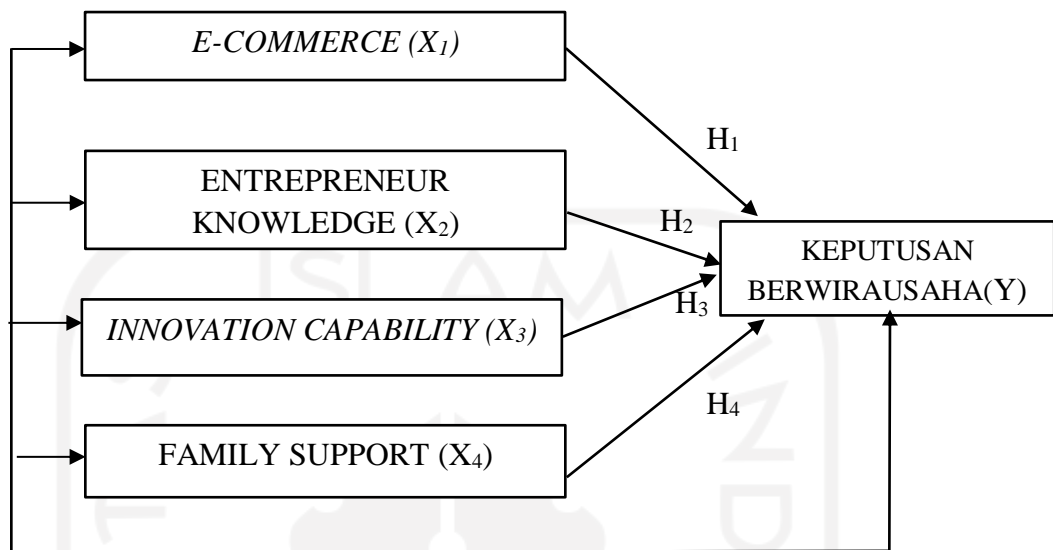
### **2.3.5 Hubungan Pengaruh E-Commerce, Entrepreneur Knowledge, Innovation Capability dan Family Support terhadap Keputusan Berwirausaha**

Menyadari kemudahan *e-commerce* memfasilitasi memulai bisnis dan didukung oleh *Entrepreneur Knowledge* yang sudah di miliki memungkinkan mahasiswa untuk menghasilkan proposal bisnis, mengidentifikasi peluang bisnis, dan ide. Selain itu *Innovation Capability* dalam diri seseorang mempermudah penentuan produk atau pengembangan usaha, serta *Family Support* yang akan menjadi pendorong ketika menghadapi berbagai masalah yang dihadapi maka akan menambah rasa kepercayaan diri dan akan semakin besar minat mahasiswa dalam menjadi wirausaha. Berdasarkan pemikiran diatas dapat disusun hipotesis sebagai berikut:

**H<sub>5</sub>: *E-Commerce, Entrepreneur Knowledge, Innovation Capability dan Family Support* terhadap Keputusan Berwirausaha Mahasiswa Jurusan Akuntansi Universitas Islam Indonesia.**

### **2.4 Kerangka Berfikir**

Penelitian ini mengacu pada pengaruh *E-Commerce, Entrepreneur Knowledge, Innovation Capability dan Family Support* terhadap Keputusan Berwirausaha Mahasiswa Jurusan Akuntansi Universitas Islam Indonesia dengan kerangka berfikir sebagai berikut :



UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
الجامعة الإسلامية  
الاستد بالاندية

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Populasi dan Sampel Penelitian**

##### **3.1.1 Populasi**

Populasi adalah keseluruhan dari objek/subyek penelitian sebagai sumber data yang memiliki karakteristik tertentu dalam suatu penelitian (Syafina, 2019). Dalam penelitian ini adalah mahasiswa Jurusan Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomi di Universitas Islam Indonesia.

##### **3.1.2 Sampel**

Dalam penelitian ini menggunakan sampel *nonprobability sampling*. *Nonprobability sampling* merupakan metode pengambilan sampel yang tidak membiarkan setiap bagian dari populasi atau anggota populasi dipilih sebagai sampel. Mengambil sampel dengan mempertimbangkan beberapa hal. Mahasiswa yang diijinkan dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif Jurusan Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomi Universitas Islam Indonesia yang telah menempuh mata kuliah kewirausahaan dan sistem informasi akuntansi sebanyak 86 orang.

Untuk menetapkan jumlah sampel dapat menggunakan rumus dengan metode purposiv sampling.



$$n = \frac{Z^2 \frac{\alpha}{2} * p ( 1 - p ) N}{d^2(N - 1) + Z^2 \frac{\alpha}{2} * p ( 1 - p )}$$

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,55 ( 1 - 0,55 ) 866}{0,1^2(868 - 1) + 1,96 \times 0,55 ( 1 - 0,55 )}$$

$$n = \frac{825,290928}{9,620796}$$

$$85,782 = 86$$

### 3.2 Jenis Data, Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang berasal langsung dari mahasiswa jurusan akuntansi di Universitas Islam Indonesia yang telah menempuh mata kuliah kewirausahaan dan sistem informasi akuntansi. Metode pengumpulan data dengan pertanyaan kuesioner digunakan untuk menganalisis variabel yang akan diuji. Pengambilan sampel pada penelitian ini dilakukan dengan cara *nonprobability sampling* dengan metode *convenience sampling*. Untuk memberi kemudahan penelitian, penyebaran kuesioner dilakukan dengan media googledocs. Selanjutnya dibantu penyebaran oleh teman-teman peneliti kepada responden secara langsung.

### 3.3 Definisi dan Pengukuran Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel, yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah *E-Commerce*, *Entrepreneur Knowledge*, *Innovation Capability* dan

*Family Support*. Sedangkan variabel dependen penelitian ini adalah Keputusan dalam Berwirausaha.

Skala Likert, yaitu skala untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok terhadap peristiwa atau fenomena sosial, digunakan untuk pengukuran variabel dalam penelitian ini. Instrumen yang akan dievaluasi dalam penelitian ini menggunakan skala 1 sampai dengan 5 yang menunjukkan tingkat respon responden. sebagai berikut :

- Angka 1 akan mewakili keterangan (sangat tidak setuju)
- Angka 2 akan mewakili keterangan (tidak setuju)
- Angka 3 akan mewakili keterangan (agak tidak setuju)
- Angka 4 akan mewakili keterangan (agak setuju)
- Angka 5 akan mewakili keterangan (setuju)
- Angka 6 akan mewakili keterangan (sangat setuju)

Dengan variabel sebagai berikut:

### **3.3.1 E-Commerce**

*E-commerce* atau *Electronic commerce* merupakan sebuah proses membeli, menjual, atau mentransfer atau bertukar produk, barang, atau jasa menggunakan media elektronik seperti internet atau jaringan computer lain . Merujuk dari (Yadewani & Wijaya, 2017) , hal ini tertuang dalam tiga indikator, yaitu:

**Tabel 3. 1**  
**Instrumen Pengukuran Variabel E-Commerce**

Item	E-Commerce	Sumber
EC1	Minat Jual	(Yadewani & Wijaya, 2017)
EC2	Minat menggunakan E-Commerce	(Yadewani & Wijaya, 2017)
EC3	Minat Referensi	(Yadewani & Wijaya, 2017)

### 3.3.2 *Entrepreneur Knowledge*

*Entrepreneurial knowledge* merupakan wawasan mendasar yang dimiliki seorang pengusaha tentang kegiatan kewirausahaan seperti analisis pasar dan ekspansi bisnis untuk mengatasi kendala dalam kegiatan kewirausahaan seperti penyelesaian konflik, pengambilan keputusan, mengambil risiko bisnis, dan melihat peluang. (Tanjaya & Radianto, 2020).

. *Entrepreneur Knowledge* akan dianalisis menggunakan tiga indikator yang bersumber dari kuesioner penelitian yang dilakukan oleh (Hamdani, 2020) yaitu :

**Tabel 3. 2**  
**Instrumen Pengukuran Variabel Entrepreneur Knowledge**

Item	<i>Entrepreneur Knowledge</i>	Sumber
EK1	Mengambil resiko usaha	(Saputri 2019)
EK2	Menganalisis peluang usaha	(Saputri 2019)
EK3	Merumuskan solusi masalah	(Saputri 2019)

### 3.3.3 Innovation Capability

*Innovation capability* merupakan kapasitas bisnis untuk menghasilkan konsep-konsep inovatif yang bermanfaat bagi organisasi dan dapat mempengaruhi keunggulan kompetitifnya (Septiani Dian, 2017). *Innovation capability* akan dianalisis menggunakan empat indikator yang bersumber dari kuesioner penelitian yang dilakukan oleh (Donald F. Kuratko, 2014) yaitu :

**Tabel 3. 3**  
**Instrumen Pengukuran Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan**

Item	<i>Innovation Capability</i>	Sumber
IC1	Penemuan	(Kuratko & Hottgetts, 2019)
IC2	Pengembangan	(Kuratko & Hottgetts, 2019)
IC3	Duplikasi	(Kuratko & Hottgetts, 2019)

IC4	Sintesis	(Kuratko & Hottgetts, 2019)
-----	----------	-----------------------------

### 3.3.4 Family Support

*Family support* (Dukungan keluarga) merupakan suatu bentuk perilaku melayani yang dilakukan oleh keluarga baik dalam bentuk dukungan emosi, penghargaan, informasi dan instrumental (Sangian et al., 2017). *Family Support* dapat dianalisis menggunakan indikator menurut (Periera et al., 2017) yaitu :

**Tabel 3. 4**  
**Instrumen Pengukuran Variabel Family Support**

Item	<i>Innovation Capability</i>	Sumber
FS1	Dukungan Emosional	(Periera et al., 2017)
FS2	Dukungan Penilaian (Penghargaan)	(Periera et al., 2017)
FS3	Dukungan Instrumental	(Periera et al., 2017)
FS4	Dukungan Informasional	(Periera et al., 2017)

### 3.3.5 Keputusan Berwirausaha

Keputusan berwirausaha merupakan pilihan seseorang yang bersedia mengambil kesempatan untuk memulai, menjalankan, dan mengembangkan bisnis dengan tujuan menghasilkan uang untuk dirinya sendiri dan orang lain.

Keputusan berwirausaha dapat dianalisis menggunakan indikator menurut (Hamdani, 2020) antara lain :

**Tabel 3. 5**  
**Instrumen Pengukuran Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan**

Item	Keputusan Berwirausaha	Sumber
KB1	Kemauan keras untuk mencapai tujuan dan kebutuhan hidup	(Saputri, 2019)
KB2	Keyakinan kuat atas kekuatan sendiri	(Saputri, 2019)
KB3	Sikap jujur dan tanggung jawab	(Saputri, 2019)
KB4	Ketahanan fisik, mental, ketekunan, keuletan, bekerja dan berusaha	(Saputri, 2019)
KB5	Pemikiran yang kreatif dan konstruktif	(Saputri, 2019)
KB6	Berorientasi kemasa depan dan berani mengambil resiko	(Saputri, 2019)

### 3.4 Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini menggunakan metode data primer yang telah dikumpul, diukur dan dikerjakan dengan program statistik *Statistical Package for Social Science (SPSS) versi 25.0 for windows*. Di bawah ini susunan pengujian dalam penelitian ini:

### **3.4.1 Uji Instrumen**

Kualitas data yang akan digunakan dalam pengujian sangat penting saat mengukur dan menguji kuesioner atau hipotesis. Jika instrumen pengumpulan data tidak memiliki tingkat validitas dan reliabilitas yang tinggi, maka data hasil penelitian tidak dapat digunakan secara efektif. Apabila data yang terkumpul dan data aktual yang terjadi pada subjek penelitian dapat diperbandingkan, maka temuan penelitian tersebut dapat dianggap valid. Namun, jika terdapat kesamaan data pada waktu yang berbeda, maka hasil penelitian tersebut dikatakan reliabel. Oleh karena itu, terlebih dahulu kuesioner harus diuji keabsahan dan keandalannya.

#### **3.4.1.1 Uji Validitas**

Menurut (Ghozali, 2018) Validitas suatu kuesioner dapat dievaluasi dengan menggunakan uji validitas. Bila suatu alat ukur dikatakan valid, berarti data yang dianalisis akurat. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pengakuan terhadap kuesioner dapat mengungkapkan sesuatu yang akan dianalisis oleh kuesioner tersebut. Pengujian validitas ini menggunakan *Pearson Correlation* yaitu dengan menentukan korelasi antara skor total dengan skor setiap item pernyataan. Butir pernyataan dinyatakan valid jika korelasi antara skor total dengan skor setiap butir pernyataan memiliki tingkat signifikansi 0,05.

### **3.4.1.2 Uji Reliabilitas**

Menurut (Ghozali, 2018) Uji reliabilitas adalah instrumen berbasis kuesioner yang mengukur konstruk atau variabel. Jika tanggapan seseorang terhadap pernyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu, kuesioner dikatakan dapat diandalkan. Uji statistik *Cronbach Alpha* digunakan untuk menentukan reliabilitas suatu variabel dengan tingkat signifikansi lebih besar dari 0,70. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha  $\geq 0.70$ .

### **3.4.2 Uji Asumsi Klasik Model**

Model regresi harus memenuhi beberapa asumsi yang disebut asumsi klasik, Hal ini dilakukan untuk mencegah perolehan yang bias. Oleh karena itu, harus dilakukan uji asumsi klasik terhadap data olahan sebelum menerapkan analisis regresi berganda pada hipotesis penelitian. sebagai berikut:

#### **3.4.2.1 Uji Multikolinieritas**

Menurut (Ghozali, 2018) uji multikolinieritas memiliki tujuan untuk mengetahui apa ada hubungan antara variabel independen atau independen dengan model regresi. Seharusnya tidak ada korelasi antara variabel independen dalam model regresi yang baik. Variabel-variabel ini tidak orthogonal jika variabel independen berkorelasi. Variabel orthogonal merupakan variabel independen yang koefisien korelasinya dengan variabel independen lainnya adalah nol. Pengujian multikolinieritas dapat dianalisis dengan melihat nilai



tolerance dan lawannya. Suatu model regresi dikatakan multikolinieritas jika nilai tolerance  $< 0,10$  atau sama dengan nilai VIF  $> 10$ .

#### **3.4.2.4 Uji Heteroskedastisitas**

Menurut (Ghozali, 2018) Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah satu observasi memiliki varian residual yang berbeda dalam model regresi dengan yang lain. Homoskedastisitas terjadi jika residual memiliki varians yang sama, sedangkan heteroskedastisitas terjadi jika variansnya berbeda. Model regresi yang baik adalah tidak terjadinya heteroskedastisitas.

#### **3.5 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) dilakukan untuk memastikan proporsi kontribusi gabungan variabel independen terhadap variabel dependen. Tes ini mengukur sejauh mana variabel independen penelitian dapat menjelaskan variabel dependen.

#### **3.6 Uji Hipotesis**

##### **3.6.1 Analisis Regresi Berganda**

Metode analisis yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode regresi linier berganda untuk menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen yang telah lulus uji asumsi klasik, dan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih.

### 3.6.2 Uji T

Uji statistik T menunjukkan sejauh mana masing-masing variabel independen menjelaskan variabel dependen. Dengan menggunakan tingkat signifikansi 0,05 ( = 5%), pengujian dilakukan. Hipotesis diterima atau ditolak dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Jika nilai signifikansi  $< 0,05$  dan koefisien regresi sesuai dengan yang diprediksi maka  $H_a$  diterima
- b. Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  dan koefisien regresi tidak sesuai dengan yang diprediksi maka  $H_a$  ditolak

## **BAB IV**

### **ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini akan disajikan hasil olah data, penjelasan dan pengaruh bagi variabel *e-commerce*, *entrepreneur knowledge*, *innovation capability*, *family support*, dan keputusan untuk melakukan wirausaha. Data ini dikerjakan untuk menguji hipotesis yang sudah diuraikan pada BAB II serta menjawab rumusan masalah.

#### **4.1 Hasil pengumpulan Data**

Pada hasil pengumpulan data dalam penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh *e-commerce*, *entrepreneur knowledge*, *innovation capability*, *family support*, terhadap keputusan berwirausaha mahasiswa akuntansi. Hasil penelitian ini didapat dari kuesioner atau angket yang didistribusikan secara *online* dengan *google form* yang ditujukan pada mahasiswa akuntansi fakultas bisnis dan ekonomika UII yang mempunyai minat terhadap wirausaha.

#### **4.2 Karakteristik Penelitian**

Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif jurusan akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia yang berminat menjadi wirausaha dan memiliki usaha pribadi yang ditanggapi sebanyak 86

orang. Responden menerima 86 kuesioner yang seluruhnya telah diisi, dan peneliti menerima kembali 86 kuesioner.

**Tabel 4. 1 Pengembalian Kuesioner**

<b>Keterangan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Presentase</b>
Kuesioner yang disebar	86	100%
Kuesioner yang kembali	86	100%
Kuesioner yang tidak kembali	0	0
Kuesioner yang tidak layak	0	0

**Sumber :** Data pimer, 2022

Karakteristik responden yang diteliti dalam penelitian ini dipisahkan menjadi beberapa kelompok, yaitu sesuai dengan NIM, Jenis Kelamin, Jenis Usaha, dan Mata Kuliah Kontribusi dalam usaha. Untuk memperjelas karakteristik responden yang dimaksud maka disajikan tabel mengenai responden seperti dijelaskan pada tabel berikut ini:

#### **4.2.1 Klasifikasi responden berdasarkan Nomor Induk Mahasiswa**

Dari tabel dibawah didapat data dari pembagian angket yang ditinjau dari variasi nomor induk mahasiswa :

**Tabel 4. 2**  
**Klasifikasi Responden Berdasarkan Nomor Induk Mahasiswa**

<b>Keterangan</b>		<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
NIM	2017	35	40,70%
	2018	29	33,72%
	2019	22	25,58%
<b>Total</b>		86	100%

**Sumber :** Data pimer, 2022

Berdasarkan tabel 4.2 diatas menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini merupakan mahasiswa aktif jurusan akuntansi yang memiliki usaha pribadi terdiri dari angkatan 2017 sebanyak 35 orang (40,70%), angkatan 2018 sebanyak 29 orang (33,72%), dan angkatan 2019 yaitu sebanyak 22 orang (25,58%), Maka dapat ditarik kesimpulan, bahwa sebagian besar mahasiswa aktif jurusan akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika UII yang memiliki usaha pribadi yaitu angkatan 2017 yaitu sebanyak 35 orang (40,70%).

#### 4.2.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Dari tabel dibawah didapat data dari pembagian angket yang ditinjau dari variasi jenis kelamin :

**Tabel 4. 3**

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Laki-laki	30	35%

Perempuan	56	65%
<b>Total</b>	<b>86</b>	<b>100%</b>

#### **Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

**Sumber :** Data pimer, 2022

Berdasarkan data klasifikasi responden pada tabel 4.3 diatas menunjukkan bahwa mayoritas responden yang bersedia mengisi survei ini adalah perempuan, yaitu sebanyak 56 responden atau sekitar (65%). Sedangkan proporsi responden laki-laki lebih kecil yaitu (35%). Karena perempuan menghabiskan lebih banyak waktu mengerjakan bisnis mereka di rumah daripada laki-laki, ini menunjukkan bahwa perempuan merupakan mayoritas orang yang tertarik untuk berwirausaha.

#### **4.2.3 Klasifikasi responden berikut berdasarkan Jenis Usaha dan Mata**

##### **Kuliah yang Berkontribusi**

Dari tabel dibawah didapat data dari pembagian angket yang ditinjau dari variasi jenis usaha dan mata kuliah yang berkontribusi :

**Tabel 4. 4**  
**Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Usaha dan Mata Kuliah yang Berkontribusi**

<b>No</b>	<b>Klasifikasi Responden</b>		<b>Frekuensi</b>
1	Jenis Usaha	Perdagangan	35
		Makanan dan Minuman	38
		Jasa Perorangan	7

		Jasa Transportasi	-
		Lain-lain	6
2	Mata Kuliah Kontribusi	Kewirausahaan	86
		Sistem Informasi Akuntansi	85

**Sumber :** Data pimer, 2022

Berdasarkan data klasifikasi responden berdasarkan jenis usaha dan mata kuliah kontribusi pada tabel 4.4 diatas menunjukkan bahwa responden berdasarkan dari jenis usaha perdagangan sebanyak 35 orang (40,70%), yang memiliki jenis usaha makanan dan minuman sebanyak 38 orang (44,19%), yang memiliki jenis usaha jasa perorangan sebanyak 7 orang (8,14%), dan jenis usaha lain-lain sebanyak 6 orang (6,98%). Maka dapat ditarik kesimpulan, bahwa sebagian besar mahasiswa aktif jurusan akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika UII yang memiliki usaha pribadi yaitu jenis usaha makanan dan minuman dengan dibuktikan melalui data sebanyak 38 orang (44,19%).

Berdasarkan data kualifikasi responden, mata kuliah yang berkontribusi bagi diri mahasiswa dalam menjalankan usahanya, yaitu mata kuliah kewirausahaan sebanyak 86 orang (100%), dan mata kuliah sistem informasi akuntansi sebanyak 85 orang (98,84%). Oleh karena itu, dapat ditarik kesimpulan bahwa dibuktikan dengan data sebanyak 86 orang (100%) mayoritas mahasiswa aktif jurusan akuntansi di Fakultas Bisnis dan Ekonomika

UII yang memiliki usaha pribadi berkontribusi paling besar dalam menjalankan usahanya di kewirausahaan, khususnya mata kuliah Kewirausahaan.

### 4.3 Hasil Uji Instrumen

#### 4.3.1 Uji Validitas

Validitas suatu alat ukur menunjukkan sejauh mana alat ukur mengukur apa yang seharusnya diukur, validitas menunjukkan sejauh mana alat ukur melakukan fungsi yang dirancangnya. Menurut (Sugiyono, 2010), rumus korelasi item total digunakan untuk menguji validitas konstruk dengan membandingkan skor item dengan skor total. Menggunakan program SPSS 25.00, menentukan validitas penelitian ini. Sebuah item angket penelitian dianggap valid jika nilainya lebih besar atau sama dengan r tabel, ini adalah persyaratan minimum untuk kelayakan. 86 sampel penelitian digunakan untuk menguji validitas item dalam penelitian ini. Item dianggap valid jika nilai r hitung lebih besar dari 0,213.

**Tabel 4. 5 Rangkuman Hasil Pengujian Validitas**

Variabel	Item Pertanyaan	Pearson's Correlation	Sig.	Keterangan
<b>Keputusan Berwirausaha</b>	Y1	0,736	0,000	Valid
	Y2	0,809	0,000	Valid
	Y3	0,504	0,000	Valid
	Y4	0,717	0,000	Valid
	Y5	0,853	0,000	Valid



	Y6	0,663	0,000	Valid
	Y7	0,813	0,000	Valid
<b>E-Commerce</b>	X1.1	0,377	0,000	Valid
	X1.2	0,402	0,000	Valid
	X1.3	0,287	0,000	Valid
	X1.4	0,497	0,000	Valid
	X1.5	0,534	0,000	Valid
<b>Entrepreneur Knowledge</b>	X2.1	0,321	0,000	Valid
	X2.2	0,413	0,000	Valid
	X2.3	0,341	0,000	Valid
<b>Innovation Capability</b>	X3.1	0,736	0,000	Valid
	X3.2	0,726	0,000	Valid
	X3.3	0,710	0,000	Valid
	X3.4	0,685	0,000	Valid
<b>Family Support</b>	X4.1	0,502	0,000	Valid
	X4.2	0,436	0,000	Valid
	X4.3	0,478	0,000	Valid
	X4.4	0,342	0,000	Valid

Pada hasil uji pada tabel di atas disimpulkan pertanyaan pada variabel keputusan berwirausaha, *e-commerce*, *entrepreneur knowledge*, *innovation capability* memiliki nilai sig < 0,05 maka mempunyai kesimpulan pada indikator variabel yang diteliti baik dan dapat dilakukan dalam penelitian.

#### 4.3.1 Hasil Uji Reliabilitas

Sedangkan uji reliabilitas mengacu pada pengetahuan bahwa instrumen yang baik dapat digunakan sebagai alat pengumpul data karena dapat dipercaya (Arikunto, 2006:154). Uji reabilitas menggunakan rumus *cronbach alpha* :

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{(k-1)} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

**Gambar 1 1 Rumus  
*cronbach alpha***

Apabila nilai *cronbach alpha* memiliki nilai  $> 0.6$ , maka alat ukur dapat dikatakan reliabel. Tingkat reliabilitas dapat dilihat dalam tabel di bawah ini:

Indeks Reliabilitas	Penafsiran butir soal
0,51 - 1	Sangat tinggi
0,61 - 0,50	Tinggi
0,41 - 0,60	Cukup
0,21 - 0,40	Rendah
0 - 0,20	Sangat rendah

(Arikunto, 2001: 225)

**Gambar 1 2 Indeks Reliabelitas**

**Tabel 4. 6 Rangkuman Hasil Pengujian Reliabilitas**

<b>Variabel</b>	<b>Cronbach's Alpha</b>	<b>Titik Kritis</b>	<b>Keterangan</b>
<b>Keputusan Berwirausaha</b>	0,910	0,70	Reliabel
<b>E-Commerce</b>	0,653	0,70	Reliabel
<b>Entrepreneur Knowledge</b>	0,684	0,70	Reliabel
<b>Innovation Capability</b>	0,862	0,70	Reliabel
<b>Family Support</b>	0,638	0,70	Reliabel

Dari tabel 4.6 pengujian dari uji reliabilitas diketahui bahwa semua variabel keputusan berwirausaha, *e-commerce*, *entrepreneur knowledge*, *innovation capability* mempunyai skor *Cronbach Alpha* > 0.70. Oleh karena itu, ditarik kesimpulan bahwa faktor dari variabel yang diteliti pada penelitian ini adalah reliable dan dilakukan untuk instrumen penelitian.

#### **4.4 Uji Asumsi Klasik**

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini. Data harus berdistribusi normal dan bebas dari multikolinearitas dan heteroskedastisitas sebagai prasyarat.

##### **4.4.1 Uji Normalitas**

Uji normalitas data adalah uji yang biasanya dilakukan sebelum metode statistik dilakukan. Normalitas atau kedekatan distribusi data dengan distribusi normal dapat ditentukan dengan menggunakan uji normalitas. Penelitian ini menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov sebagai uji normalitas. Jika nilai

signifikansi lebih besar dari 0,05 data dikatakan berdistribusi normal.. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel 4.7

**Tabel 4. 7Rangkuman Hasil Pengujian Normalitas**

<b>Asymp. Sig. (2tailed)</b>	<b>Keterangan</b>
0,067	<b>Berdistribusi Normal</b>

Nilai signifikansi  $0,067 > 0,05$  diperoleh dari tabel diatas, yang menunjukkan bahwa semua data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

#### **4.4.2 Hasil Uji Multikolinearitas**

Uji Tujuan multikolinearitas adalah untuk mengetahui apakah variabel independen model regresi berkorelasi. Seharusnya tidak ada korelasi antara variabel independen dalam model regresi yang baik. Nilai Variance Inflation Factor (VIF) dan Tolerance dapat digunakan untuk menentukan apakah model regresi mengalami gangguan multikolinearitas. Model regresi tidak menunjukkan gangguan multikolinearitas jika nilai VIF kurang dari 10 dan toleransi lebih besar dari 0,1 sebaliknya, model regresi menunjukkan gangguan multikolinearitas jika nilai VIF lebih besar dari 10 dan toleransi lebih kecil dari 0,1. Hasil uji multikolienaritas pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel **4.8**

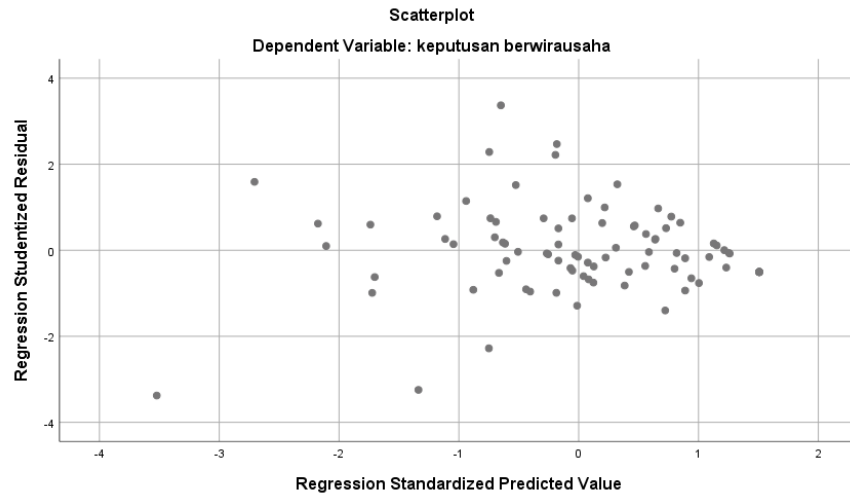
**Tabel 4. 8**  
**Rangkuman Hasil Pengujian Multikolinearitas**

<b>Variabel</b>	<b>Tolerance</b>	<b>VIF</b>	<b>Keterangan</b>
<b>E-Commerce</b>	0,694	1,440	Tidak Multikolinier
<b>Entrepreneur Knowledge</b>	0,632	1,582	Tidak Multikolinier
<b>Innovation Capability</b>	0,477	2,098	Tidak Multikolinier
<b>Family Support</b>	0,573	1,746	Tidak Multikolinier

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai toleransi untuk semua variabel independen dalam penelitian ini lebih besar dari 0,1 dan VIF kurang dari 10, menunjukkan bahwa tidak ada masalah dengan multikolinearitas dalam data.

#### **4.4.3 Heterokedasitas**

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi menunjukkan ketidaksamaan varians antar pengamatan dalam residual. Homoskedastisitas adalah ketika varians antara residual dari pengamat yang berbeda konstan, sedangkan heteroskedastisitas adalah ketika berbeda. Model regresi berbasis homoskedastisitas adalah yang terbaik ( Ghozali, I., 2011). Data dikatakan tidak terjadi gangguan heterokedasitas apabila pada grafik plot titik=titik bergerak menyebar di antara sumbu X dan Y. pada penelitian ini menunjukkan tidak terjai gangguan heterokedasitas. Hasil uji heterokedasitas dapat dilihat pada gambar berikut



**Gambar 1 3 Uji Heterokedasitas**

#### **4.5 Analisis Regresi Berganda**

Analisis regresi linier berganda adalah pengaruh antara dua atau lebih variabel independen ( $X_1, X_2, \dots, X_n$ ) dan variabel dependen ( $Y$ ) secara linear. Tujuan dari analisis ini adalah untuk memprediksi nilai variabel dependen jika nilai variabel independen meningkat atau menurun dan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat, apakah masing-masing variabel bebas berhubungan positif atau negatif.

##### **4.5.1 Koefisien Determinasi**

Uji determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Kemampuan model untuk menjelaskan variasi variabel dependen pada dasarnya diukur dengan koefisien determinasi. Koefisien determinasi didapatkan dengan mengkuadratkan

koefisien korelasi atau R Squared (R<sup>2</sup>). Hasil uji determinasi dapat dilihat pada tabel 4.9

**Tabel 4. 9 Koefisien Determinasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.867 <sup>a</sup>	.753	.740	2.69473

a. Predictors: (Constant), e-commerce, entrepreneur knowledge, family support, innovation capability

Berdasarkan output diatas didapatkan nilai R<sup>2</sup> sebesar 0.753, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa *e-commerce, innovation capability, entrepreneur knowledge dan family support* mempengaruhi keputusan berwirausaha sebesar 75.3%.

#### 4.5.2 Uji T

Analisis pengujian individual atau parsial (Uji t) diperlukan untuk mengetahui apakah variabel dependen dipengaruhi secara signifikan sebagian oleh variabel independen. Dalam pengujian ini digunakan tingkat signifikansi 5% atau 0,05 untuk mengambil keputusan. Hasil uji T dapat dilihat pada tabel 4.10

**Tabel 4. 10 Uji T**

Coefficients <sup>a</sup>				
Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Beta		
(Constant)	6.733		2.231	.028

family support	.446	.230	3.151	.002
entrepreneur knowledge	.290	.175	2.516	.014
innovation capability	1.335	.479	5.977	.000
e-commerce	.237	.169	2.548	.013
a. Dependent Variable: keputusan berwirausaha				

Kesimpulan uji T:

- a. *Family support* memperoleh nilai t hitung sebesar  $3.151 > 1.993$  dan nilai signifikansi sebesar  $0.002 < 0.05$ , sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa *family support* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan berwirausaha.
- b. *Entrepreneur knowledge* memperoleh nilai t hitung sebesar  $2.516 > 1.993$  dan nilai signifikansi sebesar  $0.014 < 0.05$ , sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa *entrepreneur knowledge* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan berwirausaha.
- c. *Innovation capability* memperoleh nilai t hitung sebesar  $5.977 > 1.993$  dan nilai signifikansi sebesar  $0.000 < 0.05$ , sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa *innovation capability* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan berwirausaha.
- d. *E-commerce* memperoleh nilai t hitung sebesar  $2.548 > 1.993$  dan nilai signifikansi sebesar  $0.013 < 0.05$ , sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa *e-commerce* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan berwirausaha.



### 4.5.3 Uji F

Uji F dikenal dengan Uji serentak untuk melihat bagaimana semua variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara bersama-sama. Tujuan dari uji simultan, juga dikenal sebagai uji F, adalah untuk menentukan apakah variabel dependen yang diikat dipengaruhi secara bersamaan oleh semua variabel independen (bebas). Pengamatan nilai signifikansi pada tingkat tertentu dapat digunakan untuk melakukan pengujian ini. Tingkat  $\alpha$  yang digunakan dalam penelitian ini adalah 5%; jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka variabel X dianggap berpengaruh secara simultan terhadap variabel Y. Hasil uji F dapat dilihat pada tabel 4.11

**Tabel 4. 11 Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1788.744	4	447.186	61.583	.000 <sup>b</sup>
Residual	588.186	81	7.262		
Total	2376.930	85			
a. Dependent Variable: keputusan berwirausaha					
b. Predictors: (Constant), e-commerce, entrepreneur knowledge, family support, innovation capability					

Berdasarkan output diatas diperoleh nilai signifikansi sebesar  $0.000 < 0.05$ , maka dapat disimpulkan bahwa *e-commerce*, *innovation capability*,

*entrepreneur knowledge* dan *family support* berpengaruh secara simultan/memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan berwirausaha.

## **4.6 Pembahasan Hasil Penelitian**

### **4.6.1 E-Commerce berpengaruh positif terhadap keputusan berwirausaha**

Dari hasil hipotesis pada tabel 3.2 di atas, koefisien pada variabel *e-commerce* adalah 2,548 dan memiliki sig. sebesar 0,013. Dari hasil tersebut dapat ditarik kesimpulan *e-commerce* berdampak positif dan signifikan terhadap keputusan berwirausaha, sehingga hipotesis satu (H1) diterima. Terdapat peningkatan *pada e-commerce* akan mengakibatkan keputusan dalam berwirausaha.

Dari hasil penelitian, sejalan dengan teori yang ditetapkan pada *Theory of Planned Behaviour* (TPB) yang menjelaskan secara konseptual niat berperilaku dapat dipengaruhi oleh pendirian kepada perilaku, social factor, dan tingkat kendali pelaku yang dirasakan. Sebagian besar mahasiswa yang melakukan wirausaha menggunakan sikap dalam diri untuk menjalankan usahanya. Berbekal layanan internet, para pengusaha akan dimudahkan untuk memasarkan produknya ke seluruh Indonesia dan luar negeri berkat *e-commerce* yang membuat bisnis menjadi lebih mudah, cepat, dan aman. Selain

itu, produsen dapat menggunakan modal kapan saja ingin memasarkan produknya karena lebih mudah beradaptasi.

Hasil pengujian ini didukung dalam penelitian yang dilakukan oleh (Dewi & Widhiyani, 2021) bahwa *E-commerce* Berpengaruh positif terhadap *Decision Making for Entrepreneurs*. Hal ini sependapat dengan penelitian yang dikerjakan oleh penulis, maka dapat disimpulkan variabel *E-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berwirausaha.

#### **4.6.2 *Entrepreneur Knowledge* berpengaruh positif terhadap keputusan berwirausaha**

Dari hasil hipotesis pada tabel 3.2 di atas, koefisien pada variabel *entrepreneur knowledge* adalah 2,516 dan memiliki sig. sebesar 0,014. Dari hasil tersebut dapat ditarik kesimpulan *entrepreneur knowledege* berdampak positif dan signifikan terhadap keputusan berwirausaha, sehingga hipotesis dua (H2) diterima.

Dari hasil penelitian, sejalan dengan teori yang ditetapkan pada *Theory of Planned Behaviour* (TPB) yang menyatakan bahwa norma subjektif memiliki pandangan tersendiri tentang sebuah niat perilaku, yang dapat dipengaruhi oleh penilaian orang sekitar yang signifikan. Pada saat mengikuti perkuliahan pendidikan kewirausahaan, seorang mahasiswa yang memiliki *entrepreneur knowledege* yang kuat cenderung memperhatikan karena minatnya dalam berwirausaha. Karena seorang mahasiswa yang mendapat pendidikan

kewirausahaan dapat menerapkan ilmu tersebut untuk digunakan dalam bisnis, hal ini menandakan bahwa pengetahuan tentang peran seorang pengusaha dapat berdampak pada keputusan kewirausahaan.

Hasil pengujian ini didukung dalam penelitian yang dilakukan oleh (Inayati, 2018) bahwa Pendidikan Kewirausahaan Berpengaruh positif terhadap Minat Berwirausaha mahasiswa aktif jurusan akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika UII. Hal ini sependapat dengan penelitian yang dikerjakan oleh penulis, maka dapat disimpulkan variabel entrepreneur knowledge berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berwirausaha.

#### **4.6.3 *Innovation Capability* berpengaruh positif terhadap keputusan berwirausaha**

Dari hasil hipotesis pada tabel 3.2 di atas, koefisien pada variabel *Innovation Capability* adalah 5,977 dan memiliki sig. sebesar 0,000. Dari hasil tersebut dapat ditarik kesimpulan *Innovation Capability* berdampak positif dan signifikan terhadap keputusan berwirausaha, sehingga hipotesis tiga (H3) diterima.

Dari hasil penelitian, sejalan dengan teori yang ditetapkan pada *Theory of Planned Behaviour* (TPB) yang menjelaskan bahwa norma subjektif memiliki pandangan tersendiri tentang sebuah niat perilaku, yang dapat dipengaruhi oleh penilaian orang sekitar yang signifikan. Seorang mahasiswa yang memiliki *Innovation Capability* selalu mempunyai kemampuan untuk

membangkitkan, menerima dan menerapkan ide baru, proses, produk atau jasa. Hal tersebut mendukung seorang mahasiswa untuk memiliki keputusan berwirausaha. Oleh karena itu, *Innovation Capability* dapat dikaitkan dengan *Theory of Planned Behavior (TPB)*.

Hasil pengujian ini didukung dalam penelitian yang dilakukan oleh Norma, Umi, dan Aji (2021) bahwa *Innovation Capability* Berpengaruh positif terhadap Keputusan Berwirausaha mahasiswa. Hal ini sependapat dengan penelitian yang dikerjakan oleh penulis, maka dapat disimpulkan variabel *Innovation Capability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berwirausaha.

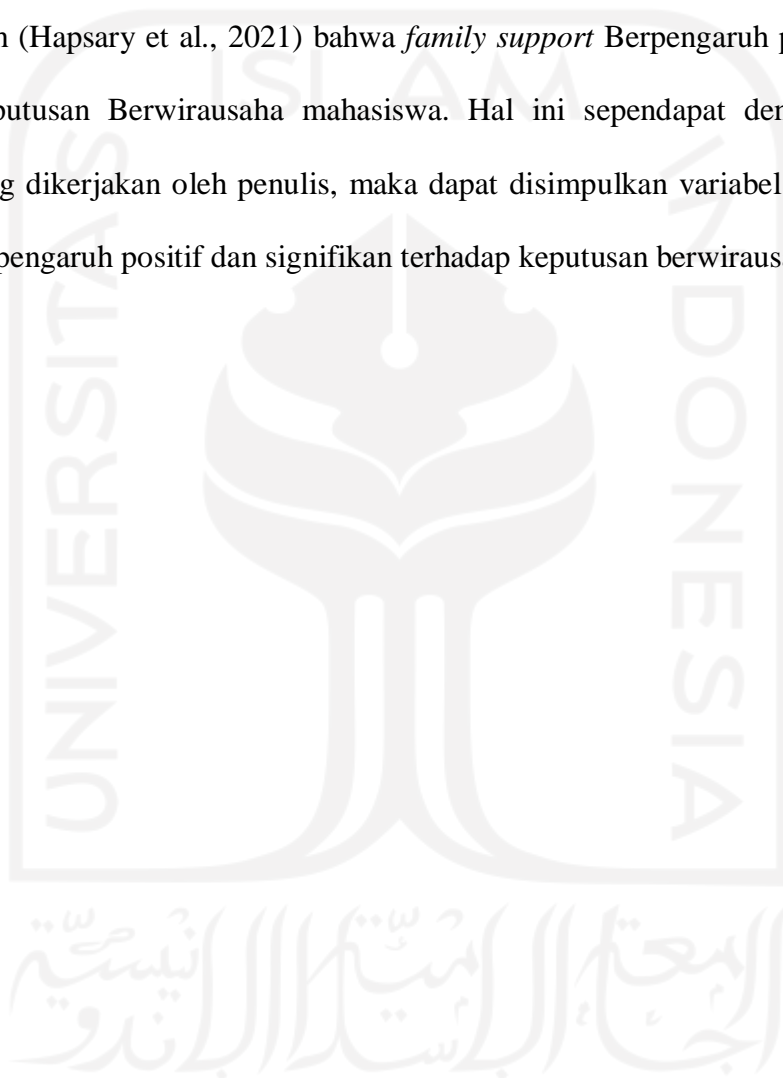
#### **4.6.4 *Family Support* berpengaruh positif terhadap keputusan berwirausaha**

Dari hasil hipotesis pada tabel 3.2 di atas, koefisien pada variabel *family support* adalah 3,151 dan memiliki sig. sebesar 0,05. Dari hasil tersebut dapat ditarik kesimpulan *family support* berdampak positif dan signifikan terhadap keputusan berwirausaha, sehingga hipotesis empat (H4) diterima.

Dari hasil penelitian, sejalan dengan Teori Atribusi yang menjelaskan bagaimana prosedur kami menentukan penyebab perilaku seseorang. Hal ini juga berkaitan variabel *Family Support* yang dialami mahasiswa. Hal ini disebabkan keputusan berwirausaha siswa dapat dipengaruhi oleh lingkungan keluarganya. Keluarga yang suportif hampir pasti

akan membuat mahasiswa memiliki niat atau minat berwirausaha yang tinggi, yang akan berujung pada keputusan berwirausaha.

Hasil pengujian ini didukung dalam penelitian yang dilakukan oleh (Hapsary et al., 2021) bahwa *family support* Berpengaruh positif terhadap Keputusan Berwirausaha mahasiswa. Hal ini sependapat dengan penelitian yang dikerjakan oleh penulis, maka dapat disimpulkan variabel *family support* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berwirausaha.



## BAB V

### PENUTUP

Bab ini adalah bab terakhir yaitu tentang kesimpulan yang telah didapatkan dari proses data yang dilakukan sebelumnya berisi tentang hasil yang didapatkan dari analisis data, keterbatasan dan saran untuk dilakukan dalam penelitian selanjutnya.

#### 5.1 Kesimpulan

Pada kesimpulan dari hasil dilakukan dengan tujuan dalam menguji Pengaruh *e-commerce*, *entrepreneur knowledge*, *innovation capability* dan *family support* terhadap keputusan berwirausaha. Penelitian ini dilakukan oleh mahasiswa akuntansi di Universitas Islam Indonesia. Pengumpulan ini dipenuhi dengan membagikan angket melalui *google form* dengan jumlah 86 responden. Data yang telah dikerjakan menggunakan SPSS 25.0.

Dibawah ini hasil dalam penelitian ini :

1. Variabel *e-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berwirausaha. Sehingga hipotesis pertama (H1) didukung.
2. Variabel *entrepreneur knowledge* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berwirausaha. Sehingga hipotesis kedua (H2) didukung.
3. Variabel *innovation capability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berwirausaha. Sehingga hipotesis ketiga (H3) didukung.

4. Variabel *family support* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berwirausaha. Sehingga hipotesis keempat (H4) didukung.

5. Variabel *e-commerce* , *entrepreneur knowledge* , *innovation capability*, *family support* berpengaruh secara simultan/memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan berwirausaha. Sehingga hipotesis kelima (H5) didukung.

## **5.2 Keterbatasan Penelitian**

Berdasarkan hasil penelitian ini memiliki keterbatasan dan kekurangan di antaranya yaitu:

1. Dalam penelitian ini hanya menjelaskan 4 variabel yaitu *e-commerce*, *entrepreneur knowledge* , *innovation capability*, *family support* terhadap keputusan berwirausaha. Terdapat banyak kemungkinan yang terjadi pada variabel lain yang memiliki pengaruh besar terhadap keputusan berwirausaha pada mahasiswa.
2. Responden mahasiswa aktif prodi akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia yang memiliki usaha pribadi, sehingga peneliti membutuhkan banyak waktu untuk observasi dahulu.
3. Data dari penelitian ini hanya memakai data primer yang didapat dari beberapa responden yang memiliki usaha melalui angket secara *online* maka terdapat responden yang kemungkinan tidak serius dalam mengisi kuesioner.



### **5.3 Implikasi**

Dari hasil penelitian ini dapat dihasilkan implikasi seperti dibawah ini:

#### **1. Bagi Mahasiswa**

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi mahasiswa akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia untuk membangkitkan minatnya dalam memulai bisnisnya sendiri dan memungkinkannya untuk menempatkan teori-teori yang dipelajari sejauh ini.

#### **2. Bagi Universitas**

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia untuk semakin meningkatkan kualitas pendidikannya, sehingga mencetak wirausaha-wirausaha yang handal.

#### **3. Bagi Penulis**

Hasil penelitian ini diharapkan penulis dapat mempraktekkan teori-teori yang dipelajari di bangku kuliah, termasuk pengetahuan kewirausahaan. sekaligus memperoleh tambahan pengetahuan dan informasi untuk mempersiapkan mereka bekerja di masyarakat dan kemampuan untuk menciptakan lapangan kerja sendiri.

#### **5.4 Saran**

Berdasarkan temuan penelitian yang telah dilakukan peneliti, masih banyak keterbatasan sehingga masih banyak hal yang perlu diperbaiki. Sehubungan dengan saran yang penulis sampaikan, diantaranya sebagai berikut:

1. Selanjutnya diharapkan subjek penelitian tidak hanya mahasiswa aktif akuntansi agar penelitian ini dapat diterapkan secara luas.
2. Peneliti selanjutnya direkomendasikan untuk metode penelitian yang memadukan pengumpulan data wawancara dan kuesioner. Hal ini dilakukan untuk menghasilkan data yang lebih akurat.
3. Diharapkan penelitian selanjutnya diharapkan, tidak hanya dengan variabel penelitian ini tetapi juga dengan variabel tambahan dan memperluas subjek penelitian.
4. Peneliti selanjutnya disarankan untuk menggabungkan variabel moderasi dengan maksud untuk menentukan dampak ketika dikaitkan dengan variabel lain.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agung, A. D., & Sumaryanto, S. (2018). Pengaruh Motivasi Dan Mental Berwirausaha Terhadap Minat Mahasiswa Akuntansi Untuk Berwirausaha Studi Pada Mahasiswa Universitas Ahmad Dahlan. *Jurnal REKSA: Rekayasa Keuangan, Syariah Dan Audit*, 4(1), 39. <https://doi.org/10.12928/j.reksa.v4i1.39>
- Ajzen, I. (2015). Consumer attitudes and behavior: the theory of planned behavior applied to food consumption decisions. *Italian Review of Agricultural Economics*, 70(2), 121–138. <https://doi.org/10.13128/REA-18003>
- Badan Pusat Statistik. (2020). Keadaan Ketenagakerjaan Indonesia Februari 2020. *Berita Resmi Statistik*, 40, 20. <https://www.bps.go.id/publication/2020/06/19/43f6d15bcc31f4170a89e571/keadaan-pekerja-di-indonesia-februari-2020.html>
- Baubonienė, Ž., Hahn, K. H., Puksas, A., & Malinauskienė, E. (2018). Factors influencing student entrepreneurship intentions: The case of lithuanian and South Korean universities. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 6(2), 854–871. [https://doi.org/10.9770/jesi.2018.6.2\(26\)](https://doi.org/10.9770/jesi.2018.6.2(26))
- Dewi, M. K., & Widhiyani, N. L. S. (2021). The Influence of Self Efficacy, E-Commerce and Entrepreneurial Education in Decision Making for Entrepreneurs (Case Study of Accounting Major Students .... *Simdos.Unud.Ac.Id*, 8(2), 124–

131.

[https://simdos.unud.ac.id/uploads/file\\_penelitian\\_1\\_dir/4aee42705dc5e9d0efaa7f7fa9a3f075.pdf](https://simdos.unud.ac.id/uploads/file_penelitian_1_dir/4aee42705dc5e9d0efaa7f7fa9a3f075.pdf)

Diyah Chandra Kartika Sari, S. C. W. (2017). Pengaruh Penggunaan E-commerce Dalam Proses Penjualan Terhadap Minat Berwirausaha Siswa SMK Ngraho. *It-Edu*, 2(01).

Donald F. Kuratko, R. M. H. (2014). *Entrepreneurship: Theory, Process, and Practice (with InfoTrac) 6th Edition* No Title.

Essia Ries Ahmed, Noor Fareen Abdul Rahim, Tariq Tawfeeq Yousif Alabdullah, & Mohammed Muneerali Thottoli. (2019). An Examination of Social Media Role in Entrepreneurial Intention among Accounting Students: A SEM Study. *Journal of Modern Accounting and Auditing*, 15(12), 577–589.  
<https://doi.org/10.17265/1548-6583/2019.12.003>

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hamdani, A. (2020). PENGARUH LINGKUNGAN KELUARGA, PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN, EKSPEKTASI PENDAPATAN DAN E-COMMERCE TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA AKUNTANSI. *Endocrine*, 9(May), 6.

<https://www.slideshare.net/maryamkazemi3/stability-of-colloids>  
[https://barnard.edu/sites/default/files/inline/student\\_user\\_guide\\_for\\_spss.pdf](https://barnard.edu/sites/default/files/inline/student_user_guide_for_spss.pdf)  
<http://www.ibm.com/support>  
[http://www.spss.com/sites/dm-book/legacy/ProgDataMgmt\\_SPSS17.pdf](http://www.spss.com/sites/dm-book/legacy/ProgDataMgmt_SPSS17.pdf)  
<https://www.n>

Hapsary, N., Farida, U., & Santoso, A. (2021). Pengaruh E-Commerce, Innovation Capability dan Family Support Terhadap Keputusan Berwirausaha Mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo. *ISOQUANT: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 5(1), 128. <https://doi.org/10.24269/iso.v5i1.654>

Hongdiyanto, C. (2021). the Analysis of Entrepreneurship Course Towards Entrepreneurship Intention of the Students. *Journal of Management and Business*, 20(1), 1–13. <https://doi.org/10.24123/jmb.v20i1.467>

Inayati, F. E. (2018). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Sikap, Lingkungan Keluarga, dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha. *Skripsi*, 1–145.

Indonesia. (2020). PERATURAN PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA NOMOR 21 TAHUN 2020. *PEMBATASAN SOSIAL BERSKALA BESAR DALAM RANGKA PERCEPATAN PENANGANAN CORONA WRUS DISEASE 2019 (COVID-Ig)*, 2020(022868). <https://doi.org/10.4324/9780367802820>

Kenneth C. Laudon, C. G. T. (2017). *E-commerce 2017*.

- Krueger, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15(5), 411–432. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(98\)00033-0](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(98)00033-0)
- Margareta, I. P., & Setiawati, M. E. (2019). Pengaruh E-Commerce dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi dalam Pengambilan Keputusan untuk Berwirausaha (Studi Kasus pada Perguruan Tinggi .... *Eprints.Ums.Ac.Id*. <http://eprints.ums.ac.id/id/eprint/77404>
- Menteri Koperasi dan Pembinaan Pengusaha. (1995). *Keputusan Menteri Koperasi dan Pembinaan Pengusaha*.
- Muhyadi, M. (2015). Teknik Pengambilan Keputusan. *Efisiensi - Kajian Ilmu Administrasi*, 3(2). <https://doi.org/10.21831/efisiensi.v3i2.3796>
- Ningsih, R. (2017). Peranan Pendidikan Kewirausahaan Dalam Meningkatkan Motivasi Berwirausaha Bagi Mahasiswa. *ProsidingLPPM Univ.Indraprasta PGRI*, 2(3), 60.
- Noviantoro, G. (2017). *PENGARUH PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN, MOTIVASI BERWIRAUSAHA DAN LINGKUNGAN KELUARGA TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA PADA MAHASISWA AKUNTANSI FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA*.
- Nurabiah, Pusparin, H., & Mariadi, Y. (2021). *E-Commerce Dan Sistem Informasi*

*Akuntansi Berwirausaha*. 238–253.

Periera, A., Mashabi, N. A., & Muhariati, M. (2017). Pengaruh Dukungan Orangtua terhadap Minat Anak dalam berwirausaha (Pada Siswa SMK Strada Koja, Jakarta Utara). *JKKP (Jurnal Kesejahteraan Keluarga Dan Pendidikan)*, 4(02), 70–76. <https://doi.org/10.21009/jkkp.042.04>

Rifkhan, . (2017). Pengaruh Sikap, Dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Akuntansi Universitas Pamulang. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Universitas Pamulang*, 5(1), 121–154. <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JIA/article/view/645>

Sangian, L., Wowiling, F., & Malara, R. (2017). Hubungan Dukungan Emosional Keluarga Dengan Penerimaan Diri Pada Lansia Di Desa Watutumou Iii. *Jurnal Keperawatan UNSRAT*, 5(2), 110989.

Septiani Dian. (2017). *PENGARUH KNOWLEDGE SHARING TERHADAP INNOVATION CAPABILITY MELALUI ABSORPTIVE CAPACITY PADA PT. MITRA RAJAWALI BANJARAN* Dian septiani Universitas Komputer Indonesia.

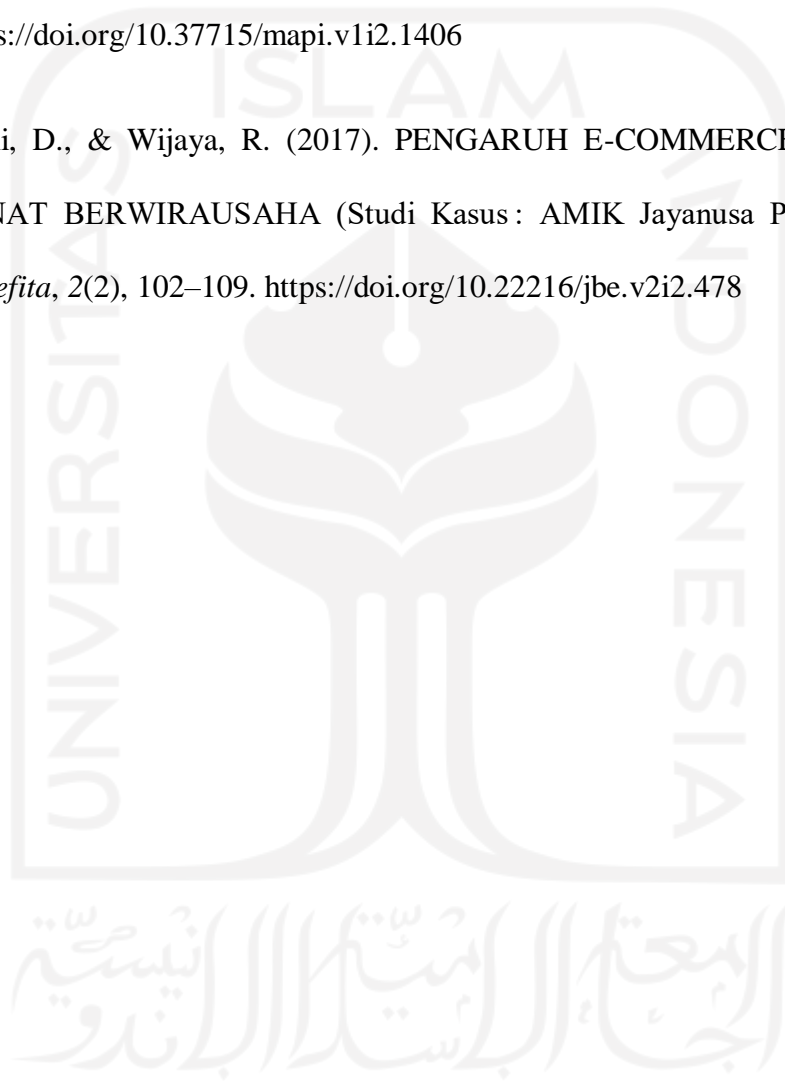
Siagian, Valentine. et al. (2020). *Pengantar Kewirausahaan*. Yayasan Kita Menulis.

Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND*. Alfabeta.

Syafina, L. (2019). *Metode Penelitian Akuntansi Pendekatan Kualitatif*. 466.

Tanjaya, C., & Radianto, W. E. (2020). Entrepreneurial Knowledge, Entrepreneurial Intention, Dan Entrepreneurial Orientation Pada Pendidikan Ilmu Akuntansi. *Media Akuntansi Dan Perpajakan Indonesia*, 1(2), 135–152. <https://doi.org/10.37715/mapi.v1i2.1406>

Yadewani, D., & Wijaya, R. (2017). PENGARUH E-COMMERCE TERHADAP MINAT BERWIRUSAHA (Studi Kasus : AMIK Jayanusa Padang). *Jurnal Benefita*, 2(2), 102–109. <https://doi.org/10.22216/jbe.v2i2.478>





## LAMPIRAN

### Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

#### A. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. NIM :
3. Jenis Kelamin : L/P
4. Umur :
5. Alamat E-mail :
6. Mengambil Mata kuliah Kewirausahaan : YA/TIDAK
7. Mengambil Mata kuliah SIA : YA/TIDAK
8. Kegiatan Kewirausahaan :
9. Usaha yang dilakukan :

#### B. DAFTAR PERTANYAAN

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

1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Agak Tidak Setuju

4 = Agak Setuju

5 = Setuju

6 = Sangat Setuju

#### 1. Keputusan Berwirausaha

No	Pernyataan	1	2	3	4	5	6
1	Saya mempunyai kemauan keras berwirausaha untuk memenuhi kebutuhan.						
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 berorientasi ke masa depan dalam berwirausaha						
7	Saya berani mengambil resiko dalam berwirausaha.						

*Sumber : Saputri (2019)*

## 2. *Family Support*

No	Pernyataan	1	2	3	4	5	6
1	Orang tua memotivasi saya untuk menjadi seorang wirausaha.						
2	Orang tua saya adalah seorang wirausaha.						
3	Orang tua saya mendukung materiil jika saya menjadi seorang wirausaha.						
4	Dukungan keluarga merupakan hal utama yang mempengaruhi saya dalam mengambil keputusan.						

*Sumber : Saputri (2019)*

### 3. *Entrepreneur Knowledge*

No	Pernyataan	1	2	3	4	5	6
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. *Innovation Capability*

No	Pernyataan	1	2	3	4	5	6
1	Saya mempunyai ide kreatif untuk menemukan produk/ jasa baru						
2	Saya mempunyai ide untuk mengembangkan produk yang telah ada dengan model/cara yang berbeda						
3	Saya mempunyai ide dalam proses produksi akan memanfaatkan alat dan teknologi baru						
4	Saya mempunyai sejumlah ide untuk memperbaiki konsep agar memenangkan persaingan pasar						

*Sumber : Kuratko & Hottgetts (2019)*

### 5. *E-commerce*

No	Pernyataan	1	2	3	4	5	6
----	------------	---	---	---	---	---	---

1	Saya lebih suka menggunakan marketplace <i>e-commerce</i> (Shopee, Tokopedia, Bukalapak) sebagai alat jual online						
2	Saya berkeinginan untuk menjual produk melalui <i>e-commerce</i> .						
3	Dengan berwirausaha menggunakan <i>e-commerce</i> saya lebih percaya diri						
4	Dengan berwirausaha menggunakan <i>e-commerce</i> maka persaingan harga semakin ketat.						
5	Dengan fleksibilitas berwirausaha menggunakan <i>e-commerce</i> , saya dapan melakukan dimana saja dan kapan saja						

Sumber : Yadewani dan Wijaya (2017)



### Lampiran 2 Tabulasi Data

No	Keputusan Berwirausaha (Y)							Jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	
1	6	5	6	6	5	6	5	39
2	4	4	4	5	5	6	5	33
3	5	5	6	4	5	6	4	35
4	6	6	5	4	5	6	4	36
5	5	5	5	5	5	5	5	35
6	6	6	6	6	6	6	6	42
7	6	6	5	4	5	4	5	35
8	5	5	6	5	5	6	5	37
9	4	5	6	4	4	5	4	32
10	6	6	6	6	6	6	6	42
11	6	6	6	4	6	6	6	40
12	4	4	6	5	4	5	5	33
13	6	6	6	6	6	6	6	42
14	6	6	6	5	5	6	6	40
15	4	4	6	4	5	5	6	34
16	6	6	6	6	6	6	6	42
17	6	6	6	5	5	6	6	40
18	6	6	6	4	6	6	6	40
19	4	5	6	6	6	5	6	38
20	6	5	6	5	6	6	6	40
21	5	5	5	5	5	5	5	35
22	5	5	4	6	5	4	5	34
23	6	6	5	6	5	5	6	39
24	5	6	5	6	6	6	6	40
25	4	3	6	5	4	6	5	33
26	4	5	5	5	5	5	5	34
27	4	4	4	4	4	4	4	28
28	6	4	5	4	4	5	4	32
29	6	5	6	5	5	5	5	37
30	6	6	6	6	6	6	6	42
31	6	6	6	5	6	6	5	40
32	2	2	6	2	2	6	2	22
33	6	6	6	6	6	6	6	42
34	4	4	6	3	3	4	3	27
35	4	4	3	4	4	4	3	26
36	6	6	6	6	6	6	6	42

37	6	6	6	6	5	6	6	41
38	6	6	6	6	6	6	6	42
39	4	4	5	4	4	4	5	30
40	6	6	6	6	6	6	6	42
41	6	6	6	6	6	6	6	42
42	5	5	4	4	5	5	4	32
43	5	5	6	5	5	6	4	36
44	6	5	6	5	6	5	5	38
45	5	4	5	5	5	5	5	34
46	6	5	6	6	6	5	6	40
47	5	5	6	4	5	5	5	35
48	5	6	6	5	5	6	6	39
49	6	6	6	6	6	6	6	42
50	5	5	6	5	4	5	6	36
51	5	4	6	4	5	6	5	35
52	6	6	5	4	5	5	4	35
53	3	4	5	4	2	5	4	27
54	4	4	6	4	5	6	3	32
55	6	6	6	5	6	6	6	41
56	4	5	5	4	5	5	4	32
57	4	4	6	5	4	6	4	33
58	6	6	6	6	6	6	6	42
59	5	5	6	5	5	5	5	36
60	6	5	5	5	6	6	5	38
61	5	6	6	6	6	6	6	41
62	6	6	6	6	6	6	6	42
63	6	6	6	6	6	6	6	42
64	4	4	6	5	4	3	4	30
65	5	6	6	4	5	5	5	36
66	6	5	6	5	6	5	5	38
67	4	4	4	4	3	4	4	27
68	5	5	5	5	5	5	5	35
69	5	5	5	5	5	5	5	35
70	6	6	6	6	6	6	6	42
71	6	5	6	5	5	6	6	39
72	4	4	5	5	6	6	6	36
73	6	6	6	6	6	6	6	42
74	3	3	6	5	4	3	4	28
75	4	5	6	5	4	6	6	36
76	6	5	6	5	5	6	4	37
77	5	5	6	5	5	6	6	38

<b>78</b>	3	2	3	1	1	1	1	12
<b>79</b>	6	6	6	5	6	6	6	41
<b>80</b>	4	5	5	5	4	6	6	35
<b>81</b>	6	5	6	4	6	6	6	39
<b>82</b>	6	6	6	4	6	6	6	40
<b>83</b>	5	6	5	6	6	6	5	39
<b>84</b>	4	5	6	5	5	6	6	37
<b>85</b>	6	6	6	6	6	6	6	42
<b>86</b>	5	5	5	5	5	5	5	35

No	<i>E-commerce (X1)</i>					Jumlah
	1	2	3	4	5	
<b>1</b>	6	6	5	6	6	29
<b>2</b>	5	4	4	6	6	25
<b>3</b>	5	5	5	6	6	27
<b>4</b>	6	6	6	5	6	29
<b>5</b>	6	5	5	4	6	26
<b>6</b>	6	6	6	6	6	30
<b>7</b>	2	6	6	4	4	22
<b>8</b>	5	5	5	6	6	27
<b>9</b>	5	4	5	6	6	26
<b>10</b>	6	6	6	6	6	30
<b>11</b>	4	6	6	5	5	26
<b>12</b>	6	4	4	6	6	26
<b>13</b>	6	6	6	6	6	30
<b>14</b>	4	6	6	6	6	28
<b>15</b>	6	4	4	6	6	26
<b>16</b>	6	6	6	4	6	28
<b>17</b>	6	6	6	6	5	29
<b>18</b>	4	6	6	6	6	28
<b>19</b>	3	4	5	4	5	21
<b>20</b>	6	6	5	6	6	29
<b>21</b>	4	5	5	6	6	26
<b>22</b>	5	5	5	4	5	24
<b>23</b>	6	6	6	5	6	29
<b>24</b>	5	5	6	5	5	26
<b>25</b>	6	4	3	6	6	25
<b>26</b>	4	4	5	5	5	23
<b>27</b>	3	4	4	4	4	19

<b>28</b>	6	6	4	6	6	28
<b>29</b>	6	6	5	6	6	29
<b>30</b>	6	6	6	6	6	30
<b>31</b>	6	6	6	6	6	30
<b>32</b>	6	2	2	6	6	22
<b>33</b>	6	6	6	6	6	30
<b>34</b>	6	4	4	6	6	26
<b>35</b>	6	4	4	6	6	26
<b>36</b>	6	6	6	6	6	30
<b>37</b>	3	6	6	3	4	22
<b>38</b>	6	6	6	5	5	28
<b>39</b>	5	4	4	5	5	23
<b>40</b>	6	6	6	6	6	30
<b>41</b>	6	6	6	6	6	30
<b>42</b>	5	5	5	4	5	24
<b>43</b>	5	5	5	5	6	26
<b>44</b>	6	6	5	6	6	29
<b>45</b>	5	5	4	5	6	25
<b>46</b>	6	5	6	6	6	29
<b>47</b>	5	5	6	5	6	27
<b>48</b>	6	6	6	6	6	30
<b>49</b>	3	6	6	6	6	27
<b>50</b>	6	5	6	6	6	29
<b>51</b>	6	4	6	6	6	28
<b>52</b>	6	6	5	5	5	27
<b>53</b>	5	4	5	6	6	26
<b>54</b>	5	4	6	6	6	27
<b>55</b>	6	6	6	6	6	30
<b>56</b>	4	5	5	5	6	25
<b>57</b>	6	4	6	5	6	27
<b>58</b>	6	6	6	6	6	30
<b>59</b>	6	5	6	6	6	29
<b>60</b>	6	5	5	5	5	26
<b>61</b>	5	6	6	6	6	29
<b>62</b>	6	6	6	6	6	30
<b>63</b>	6	6	6	6	6	30
<b>64</b>	5	4	6	5	5	25
<b>65</b>	6	6	6	5	5	28
<b>66</b>	5	5	6	6	6	28
<b>67</b>	4	4	4	4	4	20
<b>68</b>	6	5	5	6	6	28



<b>69</b>	4	5	5	5	4	23
<b>70</b>	6	6	6	6	6	30
<b>71</b>	6	5	6	6	6	29
<b>72</b>	6	4	5	6	6	27
<b>73</b>	5	6	6	5	5	27
<b>74</b>	5	3	6	3	3	20
<b>75</b>	6	5	6	6	6	29
<b>76</b>	6	5	6	5	6	28
<b>77</b>	6	5	6	6	6	29
<b>78</b>	5	2	3	5	6	21
<b>79</b>	5	6	6	5	6	28
<b>80</b>	6	5	5	6	6	28
<b>81</b>	4	5	6	5	5	25
<b>82</b>	4	6	6	6	6	28
<b>83</b>	5	6	5	5	6	27
<b>84</b>	5	5	6	5	6	27
<b>85</b>	6	6	6	6	6	30
<b>86</b>	5	5	5	4	5	24

No	<i>Innovation Capability (X2)</i>				Jumlah
	1	2	3	4	
<b>1</b>	5	6	6	6	23
<b>2</b>	5	5	5	5	20
<b>3</b>	4	4	4	5	17
<b>4</b>	4	5	6	4	19
<b>5</b>	5	5	5	5	20
<b>6</b>	6	6	6	6	24
<b>7</b>	4	4	4	3	15
<b>8</b>	5	5	5	5	20
<b>9</b>	3	4	5	5	17
<b>10</b>	6	6	6	6	24
<b>11</b>	4	4	4	4	16
<b>12</b>	6	6	6	6	24
<b>13</b>	5	4	5	5	19
<b>14</b>	4	4	5	4	17
<b>15</b>	4	5	4	5	18
<b>16</b>	5	5	5	5	20
<b>17</b>	5	6	6	5	22

<b>18</b>	5	5	5	5	20
<b>19</b>	4	6	6	5	21
<b>20</b>	5	4	5	5	19
<b>21</b>	6	5	5	5	21
<b>22</b>	6	5	4	5	20
<b>23</b>	6	5	5	6	22
<b>24</b>	5	5	5	5	20
<b>25</b>	3	3	4	3	13
<b>26</b>	5	5	5	5	20
<b>27</b>	4	4	4	4	16
<b>28</b>	5	4	5	5	19
<b>29</b>	5	5	5	5	20
<b>30</b>	5	6	6	6	23
<b>31</b>	3	4	3	3	13
<b>32</b>	1	5	1	6	13
<b>33</b>	6	6	6	6	24
<b>34</b>	4	3	4	3	14
<b>35</b>	5	4	4	4	17
<b>36</b>	3	5	4	5	17
<b>37</b>	6	6	6	6	24
<b>38</b>	6	6	6	6	24
<b>39</b>	3	3	4	3	13
<b>40</b>	6	6	6	6	24
<b>41</b>	4	5	4	4	17
<b>42</b>	4	4	5	4	17
<b>43</b>	5	5	5	5	20
<b>44</b>	6	5	5	6	22
<b>45</b>	5	5	5	4	19
<b>46</b>	6	5	5	5	21
<b>47</b>	5	5	5	5	20
<b>48</b>	6	5	5	5	21
<b>49</b>	5	5	5	6	21
<b>50</b>	5	4	4	4	17
<b>51</b>	5	5	5	4	19
<b>52</b>	5	5	5	5	20
<b>53</b>	4	5	4	3	16
<b>54</b>	4	4	5	6	19
<b>55</b>	5	6	5	6	22
<b>56</b>	4	4	4	4	16
<b>57</b>	6	5	6	6	23
<b>58</b>	5	5	5	5	20

<b>59</b>	4	4	4	5	17
<b>60</b>	5	5	5	5	20
<b>61</b>	5	5	6	6	22
<b>62</b>	3	6	3	6	18
<b>63</b>	6	6	6	6	24
<b>64</b>	3	4	3	4	14
<b>65</b>	4	5	4	5	18
<b>66</b>	4	5	5	5	19
<b>67</b>	4	4	5	5	18
<b>68</b>	4	4	5	5	18
<b>69</b>	4	4	5	5	18
<b>70</b>	4	4	4	4	16
<b>71</b>	5	5	5	6	21
<b>72</b>	5	5	5	5	20
<b>73</b>	6	6	6	6	24
<b>74</b>	2	2	4	3	11
<b>75</b>	5	6	5	5	21
<b>76</b>	4	4	4	4	16
<b>77</b>	5	5	5	5	20
<b>78</b>	1	4	3	4	12
<b>79</b>	6	6	6	6	24
<b>80</b>	5	5	5	5	20
<b>81</b>	6	6	4	5	21
<b>82</b>	6	6	6	6	24
<b>83</b>	5	5	6	6	22
<b>84</b>	5	5	5	5	20
<b>85</b>	6	6	6	6	24
<b>86</b>	5	5	4	4	18

No	<i>Entrepreneur Knowledge (X3)</i>			Jumlah
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	
<b>1</b>	6	5	6	17
<b>2</b>	6	4	4	14
<b>3</b>	5	5	6	16
<b>4</b>	5	6	5	16
<b>5</b>	5	5	5	15
<b>6</b>	6	6	6	18
<b>7</b>	5	6	5	16

8	5	5	6	16
9	4	5	6	15
10	6	6	6	18
11	5	6	6	17
12	5	4	6	15
13	5	6	6	17
14	6	6	6	18
15	4	4	6	14
16	4	6	6	16
17	5	6	6	17
18	5	6	6	17
19	6	5	6	17
20	5	5	6	16
21	5	5	5	15
22	5	5	4	14
23	6	6	5	17
24	5	6	5	16
25	4	3	6	13
26	5	5	5	15
27	4	4	4	12
28	4	4	5	13
29	5	5	6	16
30	5	6	6	17
31	5	6	6	17
32	6	2	6	14
33	6	6	6	18
34	5	4	6	15
35	4	4	3	11
36	1	6	6	13
37	6	6	6	18
38	6	6	6	18
39	4	4	5	13
40	6	6	6	18
41	5	6	6	17
42	5	5	4	14
43	5	5	6	16
44	6	5	6	17
45	5	4	5	14
46	5	5	6	16
47	4	5	6	15
48	6	6	6	18

<b>49</b>	6	6	6	18
<b>50</b>	5	5	6	16
<b>51</b>	5	4	6	15
<b>52</b>	6	6	5	17
<b>53</b>	3	4	5	12
<b>54</b>	5	4	6	15
<b>55</b>	5	6	6	17
<b>56</b>	4	5	5	14
<b>57</b>	5	4	6	15
<b>58</b>	6	6	6	18
<b>59</b>	5	5	6	16
<b>60</b>	5	5	5	15
<b>61</b>	6	6	6	18
<b>62</b>	6	6	6	18
<b>63</b>	6	6	6	18
<b>64</b>	4	4	6	14
<b>65</b>	5	6	6	17
<b>66</b>	5	5	6	16
<b>67</b>	4	4	4	12
<b>68</b>	6	5	5	16
<b>69</b>	5	5	5	15
<b>70</b>	3	6	6	15
<b>71</b>	5	5	6	16
<b>72</b>	6	4	5	15
<b>73</b>	6	6	6	18
<b>74</b>	3	3	6	12
<b>75</b>	6	5	6	17
<b>76</b>	5	5	6	16
<b>77</b>	6	5	6	17
<b>78</b>	4	3	2	9
<b>79</b>	5	4	4	13
<b>80</b>	5	5	5	15
<b>81</b>	4	6	4	14
<b>82</b>	6	6	6	18
<b>83</b>	6	5	5	16
<b>84</b>	5	5	5	15
<b>85</b>	6	6	6	18
<b>86</b>	5	5	5	15

No	<i>Family Support (X4)</i>				Jumlah
	1	2	3	4	
1	5	6	6	6	23
2	6	4	5	5	20
3	4	6	4	5	19
4	3	5	4	2	14
5	4	5	5	5	19
6	6	6	6	6	24
7	2	5	4	3	14
8	5	6	5	5	21
9	4	6	4	6	20
10	6	6	6	6	24
11	6	6	4	6	22
12	2	6	5	6	19
13	5	6	6	6	23
14	6	6	5	6	23
15	4	6	4	6	20
16	4	6	6	5	21
17	5	6	5	6	22
18	4	6	4	6	20
19	4	6	6	4	20
20	6	6	5	6	23
21	4	5	5	4	18
22	5	4	6	5	20
23	6	5	6	6	23
24	4	5	6	5	20
25	6	6	5	6	23
26	5	5	5	5	20
27	5	4	4	4	17
28	5	5	4	6	20
29	4	6	5	6	21
30	6	6	6	6	24
31	6	6	5	6	23
32	6	6	2	6	20
33	6	6	6	6	24
34	4	6	3	4	17
35	6	3	4	4	17
36	1	6	6	6	19
37	6	6	6	6	24
38	6	6	6	5	23

<b>39</b>	2	5	4	5	16
<b>40</b>	6	6	6	6	24
<b>41</b>	6	6	6	6	24
<b>42</b>	4	4	4	5	17
<b>43</b>	5	6	5	4	20
<b>44</b>	6	6	5	5	22
<b>45</b>	5	5	5	6	21
<b>46</b>	6	6	6	6	24
<b>47</b>	6	3	5	5	19
<b>48</b>	3	1	5	5	14
<b>49</b>	5	1	5	6	17
<b>50</b>	5	3	5	6	19
<b>51</b>	6	6	6	6	24
<b>52</b>	1	1	3	5	10
<b>53</b>	2	2	4	5	13
<b>54</b>	3	1	5	6	15
<b>55</b>	6	6	6	6	24
<b>56</b>	3	4	3	5	15
<b>57</b>	4	1	6	4	15
<b>58</b>	6	6	6	6	24
<b>59</b>	5	2	5	4	16
<b>60</b>	4	2	3	5	14
<b>61</b>	5	6	6	6	23
<b>62</b>	6	6	6	6	24
<b>63</b>	6	6	6	6	24
<b>64</b>	5	6	5	6	22
<b>65</b>	5	2	6	6	19
<b>66</b>	5	6	5	6	22
<b>67</b>	4	3	4	3	14
<b>68</b>	6	2	5	5	18
<b>69</b>	4	5	4	5	18
<b>70</b>	4	4	5	5	18
<b>71</b>	6	6	5	6	23
<b>72</b>	6	1	6	6	19
<b>73</b>	6	6	6	6	24
<b>74</b>	2	1	2	6	11
<b>75</b>	6	6	2	6	20
<b>76</b>	4	2	3	5	14
<b>77</b>	5	1	6	6	18
<b>78</b>	1	1	1	6	9
<b>79</b>	5	6	6	6	23

<b>80</b>	5	6	5	6	22
<b>81</b>	4	1	5	6	16
<b>82</b>	5	1	1	4	11
<b>83</b>	5	4	5	4	18
<b>84</b>	5	4	4	6	19
<b>85</b>	6	6	6	6	24
<b>86</b>	5	4	4	4	17

### Lampiran 3 Karakteristik Responden

#### 1. Nomor Induk Mahasiswa

<b>NIM</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2017	35	40,7	40,7	40,7
	2018	29	33,7	33,7	74,4
	2018	22	25,6	25,6	100,0
	Total	86	100,0	100,0	

#### 2. Jenis Kelamin

<b>Jenis Kelamin</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	laki laki	30	34,9	34,9	34,9
	perempuan	56	65,1	65,1	100,0
	Total	86	100,0	100,0	

#### 3. Jenis Usaha



Jenis Usaha					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	perdagangan	35	40,7	40,7	40,7
	makanan & minuman	38	44,2	44,2	84,9
	jasa perseorangan	7	8,1	8,1	93,0
	lain-lain	6	7,0	7,0	100,0
	Total	86	100,0	100,0	

#### Lampiran 4 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

##### 1. Validitas dan Reliabilitas E-commerce (X1)

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
no1	21.6279	4.989	.377	.618
no2	21.7907	4.850	.402	.605
no3	21.5698	5.519	.287	.657
no4	21.5000	5.100	.497	.562
no5	21.2791	5.427	.534	.562

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.653	5

##### 2. Validitas dan Reliabilitas Entrepreneur Knowledge (X2)

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
no1	10.6047	1.960	.321	.502
no2	10.5581	1.755	.413	.347

no3	10.1395	2.169	.341	.469
-----	---------	-------	------	------

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.684	4

### 3. Validitas dan Reliabilitas Innovaion Capability (X3)

<b>Item-Total Statistics</b>				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
no1	14.6395	5.245	.736	.818
no2	14.4651	6.299	.726	.819
no3	14.4884	6.088	.710	.823
no4	14.3837	6.263	.685	.833

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.862	4

### 4. Validitas dan Reliabilitas Family Support (X4)

<b>Item-Total Statistics</b>				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
no1	14.8140	8.483	.502	.509
no2	14.9419	6.691	.436	.596
no3	14.7093	9.244	.478	.535
no4	14.1744	11.393	.342	.628

<b>Reliability Statistics</b>
-------------------------------

Cronbach's Alpha	N of Items
.638	4

### 5. Validitas dan Reliabilitas Family Support (Y)

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
no1	31.2791	20.533	.736	.896
no2	31.3140	20.194	.809	.888
no3	30.8372	23.950	.504	.917
no4	31.4767	20.841	.717	.898
no5	31.3372	19.285	.853	.882
no6	31.0000	21.694	.663	.904
no7	31.2674	19.469	.813	.887

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.910	7

## Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Klasik

### 1. Hasil Uji Normalitas

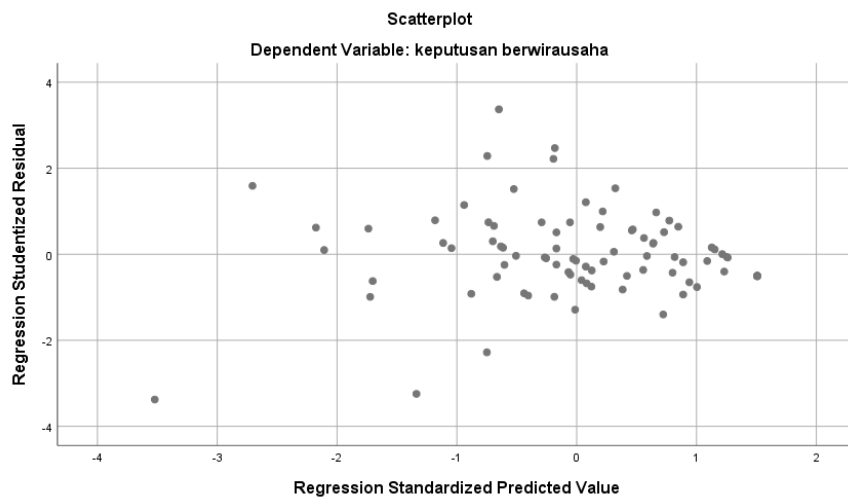
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		86
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.63055871
Most Extreme Differences	Absolute	.107
	Positive	.092
	Negative	-.107
Test Statistic		.107
Asymp. Sig. (2-tailed)		.067 <sup>c</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

### 2. Hasil Uji Multiklinearitas

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics

		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.733	3.018		2.231	.028		
	family support	.446	.142	.230	3.151	.002	.573	1.746
	entrepreneur knowledge	.290	.115	.175	2.516	.014	.632	1.582
	innovation capability	1.335	.223	.479	5.977	.000	.477	2.098
	e-commerce	.237	.093	.169	2.548	.013	.694	1.440
a. Dependent Variable: keputusan berwirausaha								

### 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas



## Lampiran 6 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

### 1. Hasil Uji Koefisien Determinasi

<b>Model Summary<sup>b</sup></b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.867 <sup>a</sup>	.753	.740	2.69473
a. Predictors: (Constant), e-commerce, entrepreneur knowledge, family support, innovation capability				
b. Dependent Variable: keputusan berwirausaha				

### 2. Hasil Uji T

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.733	3.018		2.231	.028
	family support	.446	.142	.230	3.151	.002
	entrepreneur knowledge	.290	.115	.175	2.516	.014
	innovation capability	1.335	.223	.479	5.977	.000
	e-commerce	.237	.093	.169	2.548	.013
a. Dependent Variable: keputusan berwirausaha						

### 2. Hasil Uji F

<b>ANOVA<sup>a</sup></b>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1788.744	4	447.186	61.583	.000 <sup>b</sup>
	Residual	588.186	81	7.262		
	Total	2376.930	85			
a. Dependent Variable: keputusan berwirausaha						

b. Predictors: (Constant), e-commerce, entrepreneur knowledge, family support, innovation capability

