

**ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT BERWIRAUSAHA
DAN KEPUTUSAN UNTUK MELAKUKAN BISNIS RUMAHAN
(HOME-BASED BUSINESS)**



Skripsi

Oleh:

Nama: Winda Affifah Gunawan

No. Mahasiswa: 17312285

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

2022

**ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT BERWIRAUSAHA
DAN KEPUTUSAN UNTUK MELAKUKAN BISNIS RUMAHAN
(HOME-BASED BUSINESS)**

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: Winda Affifah Gunawan

No. Mahasiswa: 17312285

**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.

Yogyakarta, 18 Maret 2022

Penulis,



(Winda Affifah Gunawan)

**ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT BERWIRAUSAHA
DAN KEPUTUSAN UNTUK MELAKUKAN BISNIS RUMAHAN
(HOME-BASED BUSINESS)**

SKRIPSI

Diajukan Oleh:

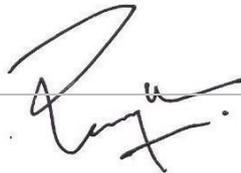
Nama: Winda Affifah Gunawan

No. Mahasiswa: 17312285

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada Tanggal 14 Maret 2022

Dosen Pembimbing,



(Sigit Pamungkas, S.E., M.Com.)

BERITA ACARA

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Niat Berwirausaha dan Keputusan Untuk Melakukan Bisnis Rumahan
(Home-Based Business)

Disusun oleh : WINDA AFFIFAH GUNAWAN

Nomor Mahasiswa : 17312285

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji dan dinyatakan Lulus
pada hari, tanggal: Rabu, 06 April 2022

Penguji/Pembimbing Skripsi : Sigit Pamungkas, SE., M.Com.

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



Mengetahui
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia

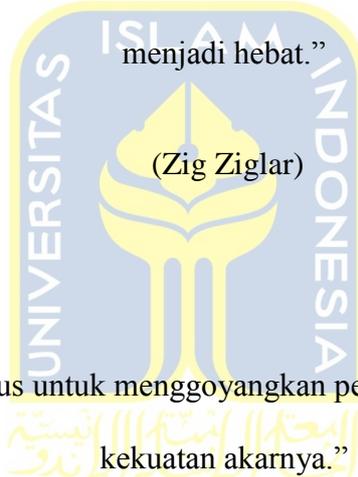
Prof. Jaka Sriyana, Dr., M.Si

MOTTO

Man Jadda Wajada

(Barang siapa yang bersungguh-sungguh akan berhasil)

“Kamu tidak harus menjadi hebat untuk memulai, tetapi kamu harus mulai untuk



“Angin tidak berhembus untuk menggoyangkan pepohonan, melainkan menguji

kekuatan akarnya.”

(Ali bin Abi Thalib)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Kupersembahkan karya ini untuk:

Papa dan mama saya tercinta yang dengan tulus membesarkan dengan kasih sayang dan selalu memberikan dukungan kepadaku. Serta adik-adikku dan

Nenek (ibu) yang saya sayangi.



KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah rabbil'alamin, segala puji dan syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul "ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT BERWIRAUSAHA DAN KEPUTUSAN UNTUK MELAKUKAN BISNIS RUMAHAN (*HOME-BASED BUSINESS*)". 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. Ayahanda Christanto Indra Gunawan, S.T. dan Ibunda Heny Windartanti serta adik penulis Azita Salsabiela Gunawan yang telah memberikan nasihat, motivasi, dan dukungan materi maupun non materi tanpa henti.
3. Bapak Sigit Pamungkas, S.E., M.Com. sebagai dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan, arahan, waktu, nasihat, serta inspirasi dalam penulisan skripsi ini hingga akhir.

4. Bapak Jaka Sriyana, S.E., M.Si., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
5. Bapak Dr. Mahmudi, S.E., M.Si., CA., CMA selaku Ketua Program Studi Akuntansi Program Sarjana Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
6. Para dosen Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat.
7. Untuk Om Agung Mugi Widodo, S.Pt., M.Sc dan Bulik Dwi Dyah Anggraini, S.Pt. serta adik sepupuku Meidita Farah Widodo yang telah membantu membimbing dalam melakukan proses skripsi.
8. Sahabat kuliah Olivina, Gibran, dan Hani yang telah menemani hari-hari penulis selama perkuliahan, belajar kompre bersama, keluh kesah, dan banyak sekali pengalaman-pengalaman yang tidak terlupakan.
9. Teman seperjuangan Monita, Vita, Defa, Marvin, Diana, Nilam, dan Putri telah menjadi teman penulis sejak awal perkuliahan dan berjuang sama-sama serta membantu dalam perkuliahan.
10. Sahabat SMA Diva, Putri, Tasya, Kartika, Antika, Lisa dan Mutiara yang selalu ada di sisi penulis saat suka maupun duka.
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

Winda Affifah Gunawan



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
BERITA ACARA	v
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	xi
ABSTRAK.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Sistematika Penelitian.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Bisnis Rumahan (<i>Home-Based Business</i>)	11
2.1.2 Penentuan Keputusan	12
2.1.3 Niat Berwirausaha.....	13
2.1.4 <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB)	14
2.1.5 Sikap.....	15
2.1.6 Norma Subjektif.....	16
2.1.7 <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM).....	16
2.1.8 Persepsi Kemanfaatan	17
2.1.9 Persepsi Kemudahan	17
2.1.10 <i>Social Cognitive Career Theory</i> (SCCT).....	18
2.1.11 <i>Self-efficacy</i>	19

2.1.12 Lingkungan	19
2.2 Penelitian Terdahulu.....	20
2.3 Hipotesis Penelitian	28
2.3.1 Pengaruh Sikap Terhadap Niat Berwirausaha.....	28
2.3.2 Pengaruh Norma Subjektif Terhadap Niat Berwirausaha	28
2.3.3 Pengaruh Persepsi Kemanfaatan Terhadap Niat Berwirausaha ...	29
2.3.4 Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Niat Berwirausaha	30
2.3.5 Pengaruh <i>Self-efficacy</i> Terhadap Niat Berwirausaha.....	31
2.3.6 Pengaruh Lingkungan Terhadap Niat Berwirausaha	32
2.3.7 Pengaruh Niat Berwirausaha Terhadap Keputusan Untuk Melakukan Bisnis Rumahan (<i>Home-Based Business</i>).....	32
2.4 Kerangka Penelitian.....	34
BAB III METODE PENELITIAN.....	35
3.1 Populasi dan Sampel Penelitian	35
3.2 Jenis dan Sumber Data	35
3.3 Teknik Pengambilan Sampling	36
3.4 Definisi dan Pengukuran Variabel Penelitian	37
3.4.1 Variabel Dependen.....	37
3.4.2 Variabel Independen	39
3.5 Metode Analisis Data	42
3.5.1 Uji Instrumen	42
3.5.1.1 Uji Validitas	42
3.5.1.2 Uji Reliabilitas	42
3.5.2 Uji Asumsi Klasik.....	43
3.5.2.1 Uji Normalitas.....	43
3.5.2.2 Uji Multikolinearitas	43
3.5.2.3 Uji Heteroskedastisitas.....	43
3.5.3 Analisis Regresi Berganda	44
3.5.4 Koefisien Determinasi (R^2).....	45
3.5.5 Uji Hipotesis	45
3.5.5.1 Uji t	45

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	46
4.1 Hasil Pegumpulan data	46
4.2 Karakteristik Responden	46
4.2.1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia	46
4.2.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
4.2.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Provinsi	48
4.2.4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan.....	49
4.2.5 Klasifikasi Responden Berdasarkan Status	49
4.2.6 Klasifikasi Responden Berdasarkan Berapa Lama Bisnis Berjalan	50
4.2.7 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Bisnis.....	51
4.2.8 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jumlah Karyawan.....	51
4.3 Hasil Uji Instrumen	52
4.3.1 Hasil Uji Validitas.....	52
4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas	53
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	54
4.4.1 Uji Normalitas	54
4.4.2 Hasil Uji Multikolinearitas.....	55
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	56
4.5 Hasil Analisis Uji Regresi Linear Berganda	56
4.6 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	58
4.7 Pengujian Hipotesis	59
4.7.1 Uji t	59
4.8 Pembahasan Hasil Penelitian.....	63
4.8.1 Sikap berpengaruh positif terhadap niat berwirausaha	63
4.8.2 Norma subjektif berpengaruh positif terhadap niat berwirausaha	64
4.8.3 Persepsi kemanfaatan berpengaruh positif terhadap niat berwirausaha	65
4.8.4 Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap niat berwirausaha	66

4.8.5	<i>Self-efficacy</i> berpengaruh terhadap niat berwirausaha.....	67
4.8.6	Lingkungan berpengaruh terhadap niat berwirausaha	68
4.8.7	Niat berwirausaha terhadap keputusan untuk melakukan Bisnis Rumahhan (<i>Home-Based Business</i>).....	68
BAB V PENUTUP.....		70
5.1	Kesimpulan.....	70
5.2	Keterbatasan Penelitian	71
5.3	Implikasi	72
5.4	Saran	72
DAFTAR PUSTAKA		74



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3. 1 Skala Likert	37
Tabel 3. 2 Operasional dan Indikator Variabel Dependen	37
Tabel 3. 3 Definisi Operasional dan Indikator Variabel Independen.....	39
Tabel 4. 1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia	47
Tabel 4. 2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
Tabel 4. 3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Asal Provinsi.....	48
Tabel 4. 4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan.....	49
Tabel 4. 5 Klasifikasi Responden Berdasarkan Status.....	49
Tabel 4. 6 Klasifikasi Responden Berdasarkan Berapa Lama Bisnis Berjalan.....	50
Tabel 4. 7Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Bisnis.....	51
Tabel 4. 8 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jumlah Karyawan.....	52
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas.....	52
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas	54
Tabel 4. 11 Hasil Uji Normalitas	54
Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolinearitas.....	55
Tabel 4. 13 Hasil Uji Heteroskedastisitas	56
Tabel 4. 14 Hasil Uji Regresi Linear Berganda Persamaan 1	56
Tabel 4. 15 Hasil Uji Regresi Linear Berganda Persamaan 2.....	58
Tabel 4. 16 Analisis Koefisien Determinasi (R^2) Persamaan 1	59
Tabel 4. 17 Analisis Koefisien Determinasi (R^2) Persamaan 2	59
Tabel 4. 18 Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian	62

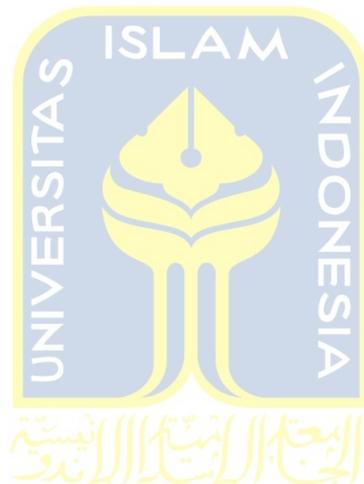
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Persentase Penduduk Bekerja Menurut Status Pekerjaan Utama dan Kegiatan Formal Atau Informal, Februari 2020–Februari 2021	3
Gambar 2. 1 Theory of Planned Behavior (TPB)	15
Gambar 2. 2 Technology Acceptance Model (TAM)	17
Gambar 2. 3 Social Cognitive Career Theory (SCCT)	19



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	79
Lampiran 2 Tabulasi Data.....	85
Lampiran 3 Karakteristik Responden.....	105
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas	108
Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Klasik	116
Lampiran 6 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	118



ABSTRAK

Kewirausahaan saat ini menjadikan rumah sebagai tempat untuk melakukan aktivitas bisnis, baik di rumah maupun dari rumah yaitu kewirausahaan Bisnis Rumahan (*Home-Based Business*). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor yang dapat memengaruhi niat berwirausaha dan keputusan untuk melakukan Bisnis Rumahan (*Home-Based Business*). Data yang diolah didapatkan dari penyebaran kuesioner menggunakan *google form* dan diperoleh sebanyak 150 responden yang dipilih menggunakan *purposive sampling*. Penelitian ini menggabungkan teori dari *Theory of Planned Behaviour* (TPB), *Technology Acceptance Model* (TAM), *Social Cognitive Career Theory* (SCCT). Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Sikap, Norma Subjektif, Lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha. Selanjutnya, niat berwirausaha berpengaruh positif dan signifikan dengan keputusan untuk melakukan Bisnis Rumahan (*Home-Based Business*). Sedangkan variabel persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan, dan *self-efficacy* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap niat berwirausaha.

Kata Kunci: sikap, norma subjektif, persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan, *sel-efficacy*, lingkungan, niat berwirausaha, keputusan untuk melakukan Bisnis Rumahan (*Home-Based Business*)

ABSTRACT

Entrepreneurship currently makes the home a place to conduct business activities, both at home and from home is Home-Based Business. This study aims to analyze the factors that can influence entrepreneurial intentions and the decision to conduct a (Home-Based Business). The data obtained from the distribution of questionnaires using google form to 150 respondents who were selected using purposive sampling. This study combines theories from Theory of Planned Behavior (TPB), Technology Acceptance Model (TAM), Social Cognitive Career Theory (SCCT). The results showed that the variables of Attitude, Subjective Norm, Environment had a positive and significant effect on entrepreneurial intentions. Furthermore, entrepreneurial intentions have a positive and significant effect on the decision to do a Home Business. While the variables of perceived usefulness, perceived easy of use, and self-efficacy have a positive but not significant effect on entrepreneurial intentions.

Keywords: *attitude, subjective norm, perceived usefulness, perceived ease of use, self-efficacy, environment, entrepreneurial intentions, the decision to do a Home Business*

BAB I

PENDAHULUAN

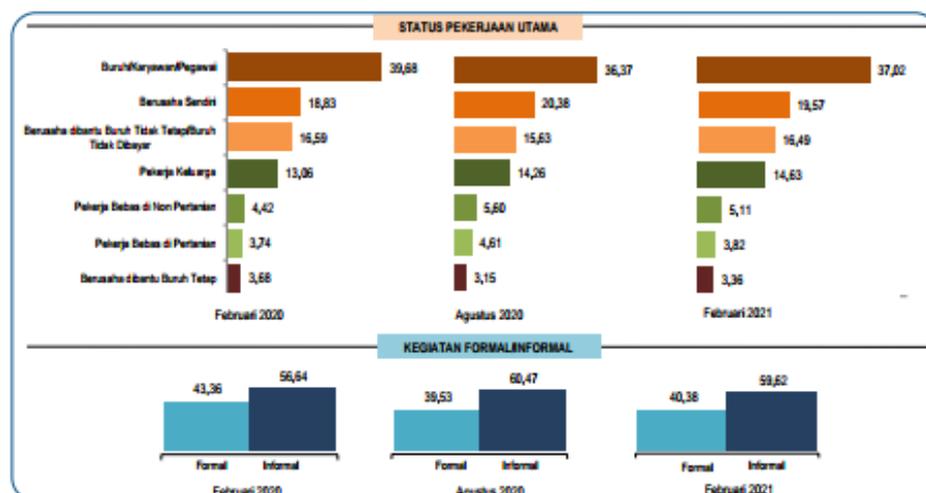
1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi saat ini, persaingan dan tantangan akan semakin sulit terutama pada bidang ekonomi yang tidak hanya di tingkat lokal, regional dan nasional, namun masuk ke persaingan global. Persaingan dapat memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi setiap individu dalam mengembangkan potensinya, sehingga dapat bergabung dengan individu lain yang telah maju. Kemajuan di bidang ekonomi akan dapat dicapai jika ada semangat yang kuat dalam melakukan usaha dari setiap warga negaranya.

Kewirausahaan adalah suatu aktivitas yang penting dalam perekonomian bangsa yang sedang berkembang. Kewirausahaan sering dikaitkan dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi, inovasi, pekerjaan dan kreasi usaha (Praag Dan Versloot, 2007 dalam (Hattu, Fanggidae, And Nursian 2021)). Perekonomian meningkat seiring dengan bertambahnya masyarakat dalam suatu negara untuk memilih kewirausahaan. Kemajuan atau kemunduran ekonomi itu sangat ditentukan oleh keberadaan serta peranan dari kelompok wirausahawan. Menurut David McClelland dalam (Sunanto 2019) mengatakan bahwa jumlah kewirausahaan dengan nominal paling sedikit 2% dari total jumlah penduduknya dapat mencapai tingkat kesuksesannya dalam berwirausaha. Melihat peluang dalam berwirausaha, seorang wirausaha tentu harus memilih sebuah strategi yang baik dan tepat.

Pada masa pandemi seperti ini, kewirausahaan menjadikan rumah sebagai tempat untuk melakukan aktivitas bisnis, baik di rumah maupun dari rumah yaitu kewirausahaan Bisnis Rumahan (*Home-Based Business*). Menurut penelitian yang dilakukan oleh Selamat et al. (2020) pilihan bisnis ini dapat memberikan keluasan dan kemudahan bagi para pengusaha karena memungkinkan mereka menjalankan usaha tanpa harus keluar rumah. Oleh karena itu, Bisnis Rumahan (*Home-Based Business*) ini menjadi salah satu bentuk usaha yang cocok dijalankan ketika hendak mendirikan usaha.

Berdasarkan data dari Keadaan Ketenagakerjaan Indonesia Februari 2021, status pekerjaan utama penduduk Indonesia yang bekerja dapat dikategorikan menjadi kegiatan formal dan informal. Pekerja informal pada bulan Februari 2020-Agustus 2020 mengalami kenaikan sebesar 3.83 persen. Pada Februari 2020 dengan Februari 2021 juga mengalami kenaikan sebesar 2.98 persen. Penduduk Indonesia yang melakukan pekerjaan di kegiatan formal sebanyak 52.92 juta orang sebesar 40,38 persen, sedangkan pekerjaan di kegiatan informal sebanyak 78.14 juta orang sebesar 59.62 persen.



(Sumber: Keadaan Ketenagakerjaan Indonesia Februari

Gambar 1. 1 Persentase Penduduk Bekerja Menurut Status Pekerjaan Utama dan Kegiatan Formal Atau Informal, Februari 2020–Februari 2021

Dilansir dari REPUBLIKA.CO.ID, Wakil Sekretaris Jenderal Mitra Wanita Pekerja Rumahan Indonesia (MWPRI) Dardiri menyatakan bahwa pekerja rumahan merupakan bagian besar dari pekerja informal. Posisi pekerja rumahan kurang lebih ada pada kategori pekerja bebas di non pertanian dan pekerja keluarga atau tak dibayar. Dalam laporan *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) menyatakan bahwa bisnis ini tidak terdaftar dari 80% aktivitas ekonomi di negara berkembang (Kelley, Bosma Dan Amorós, 2011 dalam (Dahari 2019)).

Pada gambar 1.1 Data di atas menunjukkan jumlah tenaga kerja pada pekerja bebas non pertanian dan pekerja keluarga mengalami sedikit kenaikan selama setahun terakhir. Data di atas menunjukkan terdapat niat yang dilakukan oleh pelaku Bisnis Rumahan (*Home-Based Business*).

Bisnis Rumahan (*Home-Based Business*) merupakan situasi ketika pengusaha menjadikan rumah sebagai tempat atau sentral untuk menjalankan bisnis (A Ramli, Donny Abdul Latief Poespowidjojo 2016). Menurut Good dan Levy (1992) Bisnis Rumahan (*Home-Based Business*) didefinisikan sebagai industri rumahan di mana pengusaha kecil bekerja secara mandiri di rumah mereka, yang menggunakan baik keluarga atau tenaga kerja untuk membuat produk atau jasa dalam skala kecil. Mason Dan Kolega juga mendefinisikan konsep tersebut sebagai setiap badan usaha yang bergerak dalam penjualan produk atau layanan ke pasar yang dioperasikan oleh wiraswasta, dengan atau tanpa karyawan (Alhothali 2020).

Menurut Laporan *International Labour Organization* (ILO) bisnis rumahan bukan hal baru dan sering kali disebut sebagai pekerja berbasis rumah mandiri dan pekerja sub kontrak di Indonesia. Bisnis Rumahan (*Home-Based Business*) di ruang lingkup Indonesia mempunyai ciri yang sama dalam bisnis rumahan diinternasional. Bisnis Rumahan (*Home-Based Business*) termasuk ke dalam usaha mikro di mana hanya mempunyai sedikit karyawan atau tidak sama sekali dalam melakukan usahanya. Keberadaan Bisnis Rumahan (*Home-Based Business*) banyak dimanfaatkan oleh pelaku usaha dalam menekan bentuk produksi, hal ini bisa terjadi karena relasi antara pemberi kerja dan pekerja rumahan yang tidak diatur dalam pembentukan pemerintah dan tidak diawasi oleh pemerintah.

Bisnis Rumahan (*Home-Based Business*) termasuk kedalam industri yang menjalankan berbagai bentuk aktivitas yang dilakukan dirumah. Bisnis ini dapat mencakup gaya hidup dengan pertumbuhan yang dapat mewakili bisnis utama dalam perusahaan. Bisnis Rumahan (*Home-Based Business*) sebagian besar adalah bisnis tak terlihat (Vorley And Rodgers 2014). Penting untuk diketahui bahwa tantangan yang dihadapi berbagai jenis usaha dan bisnis, oleh karena itu perlu untuk melakukan studi Bisnis Rumahan (*Home-Based Business*) (Anwar And Daniel 2014).

Peneliti di berbagai negara banyak yang tertarik untuk meneliti niat berperilaku dalam mengambil suatu keputusan berwirausaha. Mengambil langkah untuk membuat suatu keputusan dalam berwirausaha Bisnis Rumahan (*Home-Based Business*) harus menumbuhkan rasa niat yang ada dalam diri pelaku usaha. Menurut *Theory of Planned Behaviour* (TPB), niat adalah penjelasan secara

terperinci tentang kesiapan individu untuk menjalankan suatu aktivitas atau perilaku serta mengukur tindakan atau tingkah laku individu. Dalam bersikap dan berperilaku sebagai wirausaha dapat menumbuhkan niat dalam pengambilan suatu keputusan (Abdul Manan 2020). Niat seseorang untuk menghasilkan hal baru dengan potensi yang tersedia untuk mengetahui kesempatan dalam membangun usaha yang baik untuk masa depan.

Pengembangan model pertama yaitu *Theory of Planned Behavior* (TPB) dipilih karena mempunyai peranan individu yang berkaitan antara diri dan perilaku. *Theory of Planned Behavior* (TPB) mempunyai tiga komponen utama yaitu sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Dalam penelitian ini difokuskan kepada sikap dan norma subjektif. sikap merupakan determinan pertama atas niat perilaku yang dibutuhkan sebagai kesiapan seseorang dalam menanggapi secara bertahap ciri yang dimiliki seorang wirausaha seperti menjadi lebih kreatif, dapat mencari peluang usaha, mempunyai jiwa kepemimpinan dan tanggung jawab serta tidak ragu mengambil risiko dan tantangan, maka dirinya akan membentuk niat untuk berperilaku (Suarsini 2019). Norma subjektif merupakan determinan kedua atas perilaku yang dibutuhkan sebagai keyakinan individu dalam mematuhi arahan atau aturan orang di sekelilingnya untuk keikutsertaan dalam melakukan aktivitas dalam berwirausaha (Jaya dan Seminari 2016).

Penelitian yang dilakukan oleh Perdana, Hasan, & Rasuli (2018) menemukan bahwa sikap dan norma subjektif berpengaruh terhadap *whistleblowing intention*, persepsi kontrol atas perilaku dan etika tidak berpengaruh terhadap *whistleblowing intention*, *whistleblowing intention* berpengaruh terhadap

perilaku *whistleblowing*, persepsi kontrol atas perilaku berpengaruh langsung terhadap perilaku *whistleblowing*. Penelitian yang sama juga dilakukan oleh Jaya and Seminari (2016) bahwa sikap, norma subjektif dan efikasi diri berpengaruh signifikan positif terhadap intensi berwirausaha, siswa SMKN di Denpasar.

Pengembangan model kedua yaitu *Technology Acceptance Model* (TAM) dipilih karena mempunyai sikap yang mengekspresikan perasaan positif dan negatif tentang penerimaan teknologi. studi Bisnis Rumahan (*Home-Based Business*) memanfaatkan internet secara signifikan untuk memperluas jangkauan jenis bisnis yang lebih tradisional (Scientific et al. 2016). Model *Technology Acceptance Model* (TAM) mempunyai dua komponen yaitu persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan. Persepsi kemanfaatan dipilih karena mempunyai tingkatan di mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tersebut dapat meningkatkan niat serta kinerjanya perilaku dalam bekerja. Kepercayaan mengenai kemudahan operasi sistem teknologi informasi membuat persepsi kemudahan dipilih sehingga memengaruhi orang tersebut menggunakannya (Fathurrohman 2015).

Penelitian yang dilakukan oleh Chaniago dan Sayuti (2019) menemukan bahwa variabel *compatibility*, kemudahan menggunakan, kemanfaatan dan keunggulan, kemampuan mengontrol diri, serta *complexity* dalam penggunaan teknologi sosial media secara simultan berdampak signifikan pada intensi berwirausaha mahasiswa.

Pengembangan model ketiga yaitu *Social Cognitive Career Theory* (SCCT) menjadi dasar untuk menerima informasi mengenai faktor individu dalam

pengambilan keputusan. *Social Cognitive Career Theory* (SCCT) mempunyai dimensi perilaku, *self – efficacy* dan lingkungan. Dalam penelitian ini ditunjukkan kepada *self-efficacy* dan lingkungan. *Self-efficacy* dipilih karena mempunyai kepercayaan diri dalam mencapai tujuan yang akan diharapkan (Alhothali 2020). Lingkungan dipilih karena mempunyai jaringan terhadap modal, informasi serta jaringan sosial yang dapat menciptakan suasana kewirausahaan seseorang. (Abdul Manan 2020).

Berdasarkan latar belakang dalam penelitian ini dilakukan untuk menganalisis faktor yang mempengaruhi niat berwirausaha dan keputusan untuk melakukan Bisnis Rumahan (*Home-Based Business*) pada pelaku bisnis rumahan. Berdasarkan latar belakang di atas penulis melaksanakan penelitian dengan judul **“Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Niat Berwirausaha Dan Keputusan Untuk Melakukan Bisnis Rumahan (*Home-Based Business*)”** dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi serta melengkapi dalam melakukan penelitian–penelitian di masa depan.

1.2 Rumusan Masalah

Dari penjelasan di atas, penulis merumuskan permasalahan di bawah ini:

1. Apakah sikap berpengaruh terhadap niat berwirausaha?
2. Apakah norma subjektif berpengaruh terhadap niat berwirausaha?
3. Apakah persepsi kemanfaatan berpengaruh terhadap niat berwirausaha?
4. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh terhadap niat berwirausaha?
5. Apakah *self-efficacy* berpengaruh terhadap niat berwirausaha?

6. Apakah lingkungan berpengaruh terhadap niat berwirausaha?
7. Apakah niat berwirausaha berpengaruh terhadap keputusan untuk melakukan Bisnis Rumahan (*Home-Based Business*)?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh sikap terhadap niat berwirausaha.
2. Untuk mengetahui pengaruh norma subjektif terhadap niat berwirausaha.
3. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemanfaatan terhadap niat berwirausaha.
4. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan terhadap niat berwirausaha.
5. Untuk mengetahui pengaruh *self-efficacy* terhadap niat berwirausaha.
6. Untuk mengetahui pengaruh lingkungan terhadap niat berwirausaha.
7. Untuk mengetahui pengaruh niat berwirausaha terhadap keputusan untuk melakukan Bisnis Rumahan (*Home-Based Business*).

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teori

Penelitian ini ditujukan untuk memberikan pengetahuan dan referensi ilmiah terkait dengan faktor yang memengaruhi niat berwirausaha dalam mengambil keputusan untuk melakukan Bisnis Rumahan (*Home-Based Business*).

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Pelaku Bisnis Rumahan (*Home-Based Business*)

Dapat memberikan manfaat bagi pelaku Bisnis Rumahan (*Home-Based Business*) agar dapat menjalankan usaha sesuai niat yang ada dalam diri pelaku usaha agar dapat mengambil keputusan.

b. Bagi Akademisi

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi dan menjadi acuan untuk penelitian selanjutnya mengenai faktor niat berwirausaha terhadap keputusan untuk melakukan Bisnis Rumahan (*Home-Based Business*)

1.5 Sistematika Penelitian

Terdapat 5 (lima) bab dalam penelitian ini secara sistematis. Sistematika penelitian seperti dibawah ini:

BAB I PENDAHULUAN

Rincian pada bab I berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Rincian pada bab II berisi pengertian yang sebagai dasar untuk variabel yang ada di dalam sebuah penelitian dan mempunyai ulasan dari kajian terdahulu yang sama. Pada bab ini juga dirincikan mengenai hipotesis penelitian dan kerangka pemikiran.

BAB III METODE PENELITIAN

Rincian pada bab III mengandung populasi dan sampel, jenis dan sumber data, teknik pengambilan sampling, definisi variabel dan indikatornya serta metode yang digunakan dalam menganalisis data.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Rincian pada bab IV menggambarkan secara luas tentang analisis data yang didapatkan dan menghasilkan pembahasan dari rumusan masalah.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Rincian bab ini berisi kesimpulan terhadap hasil yang didapatkan dari analisis data, keterbatasan dan saran untuk dilakukan dalam penelitian selanjutnya.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Bisnis Rumahan (*Home-Based Business*)

Menurut Stanger (2000) dalam (A Ramli, Donny Abdul Latief Poespowidjojo 2016) menyatakan Bisnis Rumahan (*Home-Based Business*) adalah bisnis yang memasok produk atau layanan dari rumah pemiliknya. Menurut Wehrell & Fullerton (1994) dalam (A Ramli, Donny Abdul Latief Poespowidjojo 2016) pula, mereka telah mengartikan bahwa Bisnis Rumahan (*Home-Based Business*) sebagai suatu usaha yang dijalankan oleh seseorang yang bekerja sendiri dari rumah atau bangunan lain di tanahnya serta mereka dapat memilih karyawan atau tidak. Selain itu, usaha tersebut dapat memberikan layanan atau produk dari rumah produksinya.

Bisnis Rumahan (*Home-Based Business*) mengacu pada pekerjaan yang dilakukan di rumah atau dari rumah yang secara penuh atau paruh waktu. Bisnis Rumahan (*Home-Based Business*) adalah situasi ketika pengusaha menggunakan rumah sebagai tempat atau sentral untuk melangsungkan bisnis (A Ramli, Donny Abdul Latief Poespowidjojo 2016). Menurut Laporan *International Labour Organization* (ILO) bisnis rumahan menjadi modal bagi banyak orang dan dapat memberikan hasil yang baik dalam menyejahterakan orang terdekat serta lingkungan sekitar dan menjadikan tantangan dalam mempertahankan hidup.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh (A Ramli, Donny Abdul Latief Poespowidjojo 2016) dalam menekankan alasan kemunculan sektor Bisnis Rumahan (*Home-Based Business*) yaitu dengan adanya keseimbangan kerja, biaya awal yang rendah kenyamanan lokasi, gaya hidup dan menyeimbangkan tanggung jawab keluarga dan pekerjaan serta mengalami pertumbuhan pada sektor jasa yang belum pernah terjadi sebelumnya di era teknologi komunikasi yang maju.

2.1.2 Penentuan Keputusan

Penentuan keputusan adalah suatu tingkah laku dalam memilih suatu masalah dari beberapa alternatif yang disediakan dan mengacu pada pencapaian tujuan. Keputusan dalam memilih kewirausahaan melibatkan sejumlah risiko, dalam penentuan keputusan yang diambil tidak cukup. Menurut G.R Terry dalam (Lailatus Saadah 2016) mengungkapkan bahwa dalam penentuan keputusan menjadi pilihan berdasarkan syarat yang ditentukan. Sementara itu, menurut Claude S. George Jr dalam (Lailatus Saadah 2016) mengatakan bahwa penentuan keputusan dapat dilakukan oleh beberapa pemilik usaha berupa suatu kesadaran untuk menjadi bahan pertimbangan dan penilaian. Terdapat faktor yang perlu ditinjau dalam penentuan suatu keputusan yaitu niat yang ada di dalam diri individu sendiri. Maka dapat disimpulkan bahwa dalam pengambilan keputusan adalah memilih dan menetapkan satu alternatif yang dianggap menguntungkan dan diperoleh dari dalam diri individu. Dalam penentuan keputusan menurut G.R.Terry merinci dasar-dasar pengambilan keputusan di bawah ini: (Taufiq 2018)

1. Intuisi

Keputusan yang dipilih berdasarkan respons yang bersifat khusus, seperti mudah terpengaruh, dampak luar, dan faktor-faktor dalam diri individu lainnya.

2. Pengalaman

Pengalaman menjadi dasar dalam menyelesaikan suatu masalah. Keputusan yang dipilih berdasarkan pengalaman dapat meninjau faktor permasalahan dan solusinya.

3. Fakta

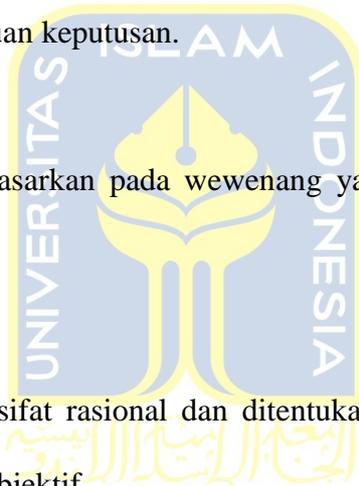
Keputusan menjadi dasar di sejumlah data atau informasi berbentuk fakta yang cukup dalam penentuan keputusan.

4. Wewenang

Keputusan yang didasarkan pada wewenang yang menimbulkan sifat secara rutin.

5. Rasional

Keputusan yang bersifat rasional dan ditentukan dengan berbagai pemikiran rasional yang lebih objektif.



2.1.3 Niat Berwirausaha

Niat menurut Fishbein dan Icek Ajzen dalam (Lailatus Saadah 2016) merupakan situasi tertentu dimana seseorang akan berperilaku dengan cara tertentu baik individu akan melakukannya atau tidak. Menurut *Theory of Planned Behaviour* (TPB), niat adalah kesiapan individu untuk melakukan suatu tindakan atau perilaku tertentu serta dapat digunakan dalam memperkirakan aktivitas atas tingkah laku seseorang. Niat berwirausaha menjadi suatu keinginan untuk

melakukan kegiatan usaha dengan tujuan yang ditetapkan dan dimiliki oleh individu.

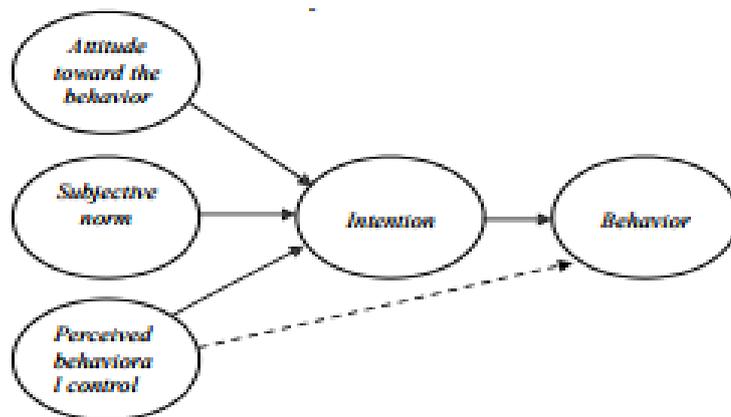
Berdasarkan penelitian beberapa ahli yaitu Wijaya (2007) dalam (Widayoko 2016) intensi adalah niat seseorang terhadap tingkah laku. Menurut Yanto (1996: 23- 24) dalam (Widayoko 2016) niat berwirausaha adalah kemampuan untuk memajukan usaha, menciptakan usaha baru dengan kesanggupan dalam diri, menyelesaikan permasalahan hidup, memecahkan permasalahan hidup serta memberanikan diri dalam memenuhi kebutuhan hidup.

Niat berwirausaha dilakukan sebagai niat individu dalam menghasilkan hal baru dengan menggunakan sumber daya yang tersedia dan dibutuhkan dengan melihat kesempatan yang ada tanpa meninggalkan risiko yang dihadapi di masa depan (Sukmaningrum Dan Rahardjo, 2017).

2.1.4 Theory of Planned Behavior (TPB)

Theory of Planned Behavior (TPB) adalah suatu teori yang menyempurnakan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA). *Theory of Planned Behaviour* (TPB) menyatakan bahwa mengenai intensi dan tingkah laku individu. Sehingga, teori ini sangat tertuju dalam menjelaskan tingkah laku seseorang (Abdul Manan 2020). Teori ini sangat cocok untuk memerlukan perencanaan. Kewirausahaan termasuk ke dalam tingkah laku seseorang dimana seseorang dapat menumbuhkan harapan serta penilaian terhadap tingkah laku yang diharapkan atas hasil yang diperoleh. Niat dianggap sebagai faktor motivasi yang dapat memengaruhi suatu perilaku atau keputusan. *Theory of Planned Behavior* (TPB)

mempunyai tiga penentu dasar yaitu faktor sikap (*attitude toward of behavior*), norma subjektif (*subjective norms*), dan persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral of control*) yang dapat mengidentifikasi niat terhadap perilaku yang dilakukan.



Gambar 2. 1 Theory of Planned Behavior (TPB)

(Sumber: (Sukmaningrum dan Rahardjo 2017))

2.1.5 Sikap

Menurut Ajzen (1991) dalam (Perdana, A. A., Hasan, A., & Rasuli 2018) sikap yang didefinisikan sebagai bagian yang dipelajari untuk merespons atas suatu objek baik dalam keadaan suka maupun tidak. Sikap menjadi suatu dasar dari keyakinan seseorang dalam menunjukkan atau tidaknya sifat yang berakibat, semakin efektif pemikiran seseorang maka akan semakin efektif pula sikap seseorang terhadap objek itu. Sikap mempunyai perasaan yang afektif dalam menanggapi risiko yang akan dihadapi dalam suatu bisnis yang dapat diukur dengan skala sikap berwirausaha. Sikap dalam intensi berwirausaha juga dapat diartikan seberapa jauh seseorang berkomitmen dan mau berkorban menjadi wiraswasta

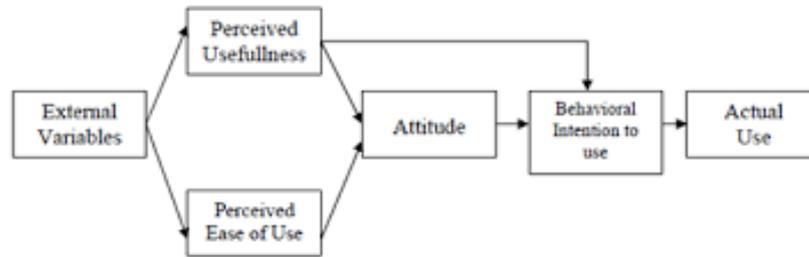
(Jaya dan Seminari 2016). Oleh karena itu, sikap dapat memengaruhi niat pelaku usaha untuk berwirausaha dari keputusannya. Sikap merupakan bentuk dimensi dari *The Theory of Planned Behaviour* (TPB).

2.1.6 Norma Subjektif

Norma subjektif adalah pandangan individu terhadap orang sekitar yang akan mendukung atau tidak terwujudnya tindakan yang akan dilakukan. Menurut Ajzen dalam *Theory of Planned Behaviour* (TPB) menyebutkan bahwa norma subjektif adalah pandangan tersendiri tentang sebuah niat perilaku, yang dapat dipengaruhi oleh penilaian orang sekitar yang signifikan. Dari sisi luar mengenai dukungan seperti keluarga, teman, maupun para pengusaha sukses terhadap niat berwirausaha (Santy, Rahmawati, and Hamzah 2017).

2.1.7 *Technology Acceptance Model* (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) adalah suatu sikap yang mengekspresikan perasaan positif dan negatif tentang penerimaan teknologi. Menurut Bennani & Oumlil (2014) suatu teori yang menjelaskan tentang prediksi variabel yang berkaitan dengan penerimaan teknologi. Model teori yang digunakan dalam suatu penerimaan teknologi informasi yaitu *Theory Acceptance Model* (TAM). Determinasi yang terdapat Di *Theory Acceptance Model* (TAM) yaitu persepsi manfaat (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) pengguna.



Gambar 2. 2 Technology Acceptance Model (TAM)

(Sumber : (Shih-Chih Chen, Shing-Han L 2011))

2.1.8 Persepsi Kemanfaatan

Persepsi kemanfaatan adalah dimensi dari *Technology Acceptance Model* (TAM). Menurut Davis dalam (Aditya dan Wardhana 2016) persepsi kemanfaatan adalah seseorang yang percaya menggunakan sebagian sistem yang dapat meningkatkan kinerja dan performa dalam bekerja. Dalam penerimaan teknologi informasi diartikan sebagai suatu sikap yang dapat menunjukkan perasaan positif dan negatif dalam menerima teknologi informasi sehingga apabila daya guna suatu teknologi diragukan, maka penerima teknologi informasi tidak berpengaruh terhadap intensi berwirausaha.

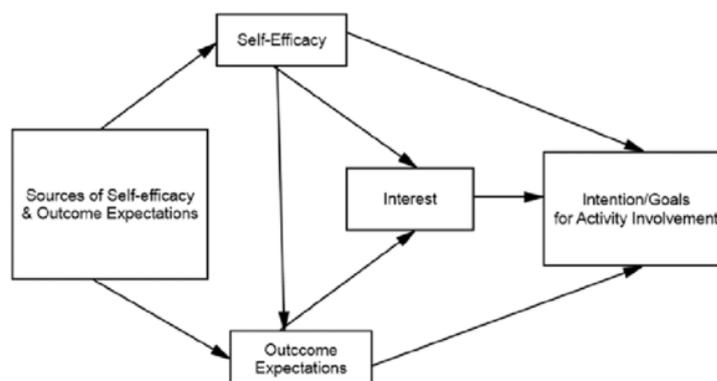
2.1.9 Persepsi Kemudahan

Persepsi kemudahan adalah dimensi dari *Technology Acceptance Model* (TAM). Menurut Venkatesh & Davis (2000) dalam (gita 2015) persepsi kemudahan merupakan suatu penerimaan teknologi informasi dimana seseorang yakin dapat dilakukan dengan tidak memerlukan usaha keras dan mudah dalam menggunakannya. Sehingga kemudahan penggunaan dapat didasarkan pada sejauh mana calon pengguna mengharapkan sistem baru yang akan digunakan yang

terbebas dari kesulitan. Sedangkan dalam menggunakan teknologi informasi tidak dilakukan dengan mudah maka seseorang tidak akan menggunakannya (Gita 2015).

2.1.10 *Social Cognitive Career Theory (SCCT)*

Social Cognitive Career Theory (SCCT) adalah model kognitif sosial yang dikembangkan oleh Bandura (1982) dalam (Luc 2020). *Social Cognitive Career Theory (SCCT)* dapat digunakan sebagai dasar untuk mengetahui perilaku dalam pengambilan keputusan terkait dengan yang terjadi dalam pekerjaannya. *Social Cognitive Career Theory (SCCT)* adalah teori yang dapat menunjukkan suatu niat untuk melakukan suatu perilaku yang akan dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial. Bandura dalam (Luc 2020) menyatakan bahwa model ini didasarkan pada model *self-efficacy* yang memiliki ikatan yang dapat memengaruhi kehidupan dijalankan dengan kemampuan mereka untuk mengendalikan atas fungsi mereka sendiri. Menurut Liguori Et Al., (2018) dalam (Luc 2020) memiliki asumsi bahwa *Social Cognitive Career Theory (SCCT)* merupakan individu yang memiliki keinginan serta berniat untuk melakukan suatu perilaku ketika hasil lebih positif dan pada gilirannya tidak berniat ketika memiliki hasil yang lebih positif dan sebaliknya tidak memiliki niat sehingga memiliki nilai yang negatif.



Gambar 2. 3 Social Cognitive Career Theory (SCCT)

(Sumber: (Zhang Et Al. 2014))

2.1.11 *Self-efficacy*

Menurut Bandura (1977: 2) dalam (Widayoko 2016) *self-efficacy* didefinisikan sebagai seseorang yang memiliki kepercayaan serta keyakinan dengan kemampuan dirinya untuk menyelesaikan suatu tujuan. Semakin baik kepercayaan seseorang tujuan individu akan dicapai dan dapat melewati masalah dengan menyelesaikan jalan keluar untuk kedepan (Fathurrohman 2015). *Self-efficacy* memiliki pengaruh bagi niat berwirausaha dimana seseorang merasa yakin dan kuat dengan apa yang dijalankan dan tidak memiliki pemikiran yang negatif dalam melakukan aktivitas dalam berwirausaha. Sangat dibutuhkan dorongan dalam melakukan niat berwirausaha untuk membangun usaha yang baru.

2.1.12 Lingkungan

Variabel lingkungan terhadap kewirausahaan menjadi bagian dari ruang lingkup bagi wirausaha seseorang (Indarti dan Rokhima Rostiani 2008). Lingkungan adalah tempat yang mendorong aktivitas kewirausahaan. Terdapat faktor yang menjadi instrumen pada lingkungan seperti modal, informasi dan kualitas jaringan sosial yang dimiliki dapat memengaruhi suatu kewirausahaan. Kristiansen menyatakan bahwa faktor lingkungan dapat memengaruhi niat berwirausaha dengan melakukan koneksi sosial, infrastruktur fisik dan institusional serta faktor budaya (Abdul Manan 2020).

Penelitian yang diteliti pada kajian terdahulu menyatakan bahwa kesusahan dalam mencari modal menjadikan tantangan untuk mencapai kejayaan suatu

kegiatan awal di negara yang telah maju. Dengan mempunyai modal yang cukup dalam melakukan niat membuka usaha baru akan menjadi lebih tinggi. Kegiatan ini dilakukan atas dasar penyediaan informasi, baik pada usaha mandiri atau bagian dari upaya lingkup sosial. Akses terhadap jaringan sosial sebagai instrumen ketiga didefinisikan sebagai hubungan dua orang yang terdiri dari perpindahan barang atau jasa yang dimiliki seseorang terhadap orang lain sebab mempunyai syarat khusus yang ada komunikasi atau penyampaian informasi dari satu pihak ke pihak lain (Sumarsono 2013). Untuk meningkatkan ide-ide bisnis serta akses terhadap modal dibutuhkan jaringan yang kuat sebagai alat yang dapat meminimalkan risiko yang terjadi.

2.2 Penelitian Terdahulu

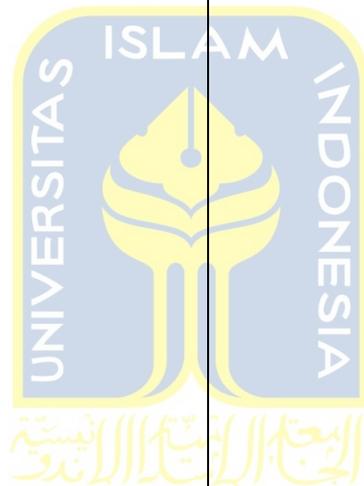
Tabel 1. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Penelitian, Tahun	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1	Sayuti dan Chaniago (2021)	Peran adopsi teknologi media sosial terhadap niat berwirausaha mahasiswa Rekayasa Politeknik Negeri Bandung	Variabel Independen: <ul style="list-style-type: none"> - Kemanfaatan - Kemudahan penggunaan - Tekanan sosial - Fasilitas yang dimiliki - Kontrol pengguna 	Variabel Kontrol Pengguna dan <i>Relative Advantage</i> memberikan pengaruh signifikan Terhadap Niat Berwirausaha Variabel Kemanfaatan,

			<ul style="list-style-type: none"> - <i>Relative advantage</i> - <i>Compatibility</i> - <i>Kompleksitas</i> <p>Variabel Dependen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Niat Berwirausaha 	<p>Kemudahan, Faktor sosial, Fasilitas yang Dimiliki, <i>Compatibility</i> dan <i>Complexity</i> tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap Niat Berwirausaha Mahasiswa</p>
2	Chaniago dan Sayuti (2019)	Peran teknologi media sosial terhadap niat berwirausaha mahasiswa (studi pada mahasiswa Vokasi Non Rekayasa Polban)	<p>Variabel Independen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kemanfaatan dan Keunggulan - Kemampuan mengontrol diri - <i>Compatibility</i> - Kemudahan penggunaan - <i>Complexity</i> <p>Variabel Dependen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Niat Berwirausaha 	<p>Variabel Kemanfaatan dan Keunggulan, Kemampuan Mengontrol Diri, <i>Compatibility</i>, Kemudahan Penggunaan, <i>Complexity</i> dalam adopsi teknologi meda sosial yang memberikan pengaruh yang signifikan pada niat berwirausaha.</p>
3	Sumadi (2017)	Pengaruh sikap, motivasi, dan lingkungan terhadap	<p>Variabel Independen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sikap - Motivasi - Lingkungan 	<p>Sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Berwirausaha</p>

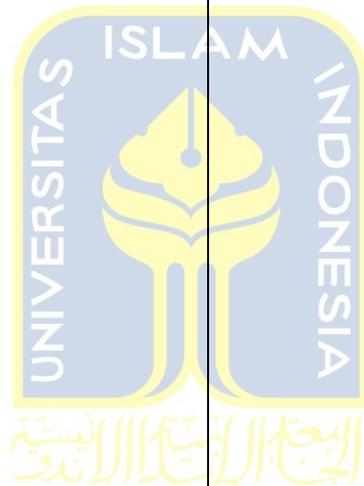
		Niat berwirausaha	Variabel Independen: - Niat Berwirausaha	Motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Berwirausaha, Lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Berwirausaha
4	Santy, Rahmawati dan Hamzah (2017).	Pengaruh Efikasi Diri, Norma Subjektif, Sikap Berperilaku, Dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Intensi Berwirausaha	Variabel Independen: - Efikasi Diri - Norma Subjektif - Sikap Berperilaku - Pendidikan Kewirausahaan Variabel Dependen: - Intensi Berwirausaha	Efikasi Diri, Norma Subjektif, Sikap Berperilaku, Dan Pendidikan Kewirausahaan berpengaruh positif terhadap Intensi Berwirausaha.
5	Islami (2017)	Pengaruh Sikap Kewirausahaan, Norma Subjektif, Dan Efikasi Diri Terhadap Perilaku	Variabel Independen: - Sikap kewirausahaan - Norma subjektif - Efikasi diri	Sikap Kewirausahaan Dan Efikasi Diri berpengaruh signifikan terhadap Intensi Berwirausaha.

		<p>Berwirausaha Melalui Intensi Berwirausaha Mahasiswa</p>	<p>Variabel Intervening: - Intensi Berwirausaha</p> <p>Variabel Dependen: - Perilaku Berwirausaha</p>	<p>Sikap Kewirausahaan Dan Efikasi Diri berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Berwirausaha.</p> <p>Norma Subjektif tidak berpengaruh langsung baik terhadap Intensi Berwirausaha maupun Perilaku Berwirausaha.</p> <p>Intensi Berwirausaha juga tidak berpengaruh langsung terhadap Perilaku Berwirausaha.</p> <p>Sikap Kewirausahaan, Norma Subjektif Dan Efikasi Diri tidak berpengaruh</p>
--	--	--	---	--

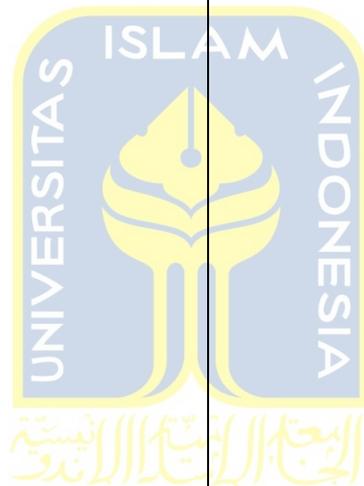


				signifikan terhadap Perilaku Berwirausaha melalui Intensi Berwirausaha.
6	Jaya dan Seminari, N. K. (2016)	Pengaruh Norma Subjektif, Efikasi Diri, Dan Sikap Terhadap Intensi Berwirausaha Siswa SMKN Di Denpasar	Variabel Independen: - Norma Subjektif - Efikasi diri - Sikap Variabel Dependen: - Intensi Berwirausaha	Norma Subjektif Berpengaruh positif signifikan terhadap Intensi Berwirausaha Siswa SMKN Di Denpasar. Efikasi Diri berpengaruh positif signifikan terhadap Intensi Berwirausaha Siswa SMKN Di Denpasar. Sikap berpengaruh positif signifikan terhadap Intensi Berwirausaha Siswa SMKN Di Denpasar.
7	Saadah (2016)	Faktor-Faktor Yang Memengaruhi	Variabel Independen: - Minat	Minat memiliki pengaruh yang positif terhadap

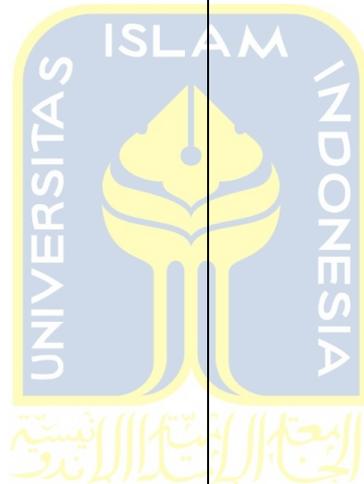
		Keputusan Wanita Muslim Untuk Berwirausaha (Studi Kasus Di Desa Batarsari Kecamatan Mranggen Kabupaten Demak)	<ul style="list-style-type: none"> - Lingkungan Keluarga - Modal - Teknologi <p>Variabel</p> <p>Dependen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Keputusan Wanita Muslim Berwirausaha 	Keputusan Wanita Muslim Berwirausaha.
				<p>Lingkungan Keluarga berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Wanita Muslim Berwirausaha</p> <p>Modal berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Wanita Muslim Berwirausaha</p> <p>Teknologi berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Wanita Muslim Berwirausaha</p>
8	Fathurrohman (2015)	Pengaruh Efikasi Diri, Pengambilan Risiko Persepsi Manfaat dan Kemudahan Penggunaan,	<p>Variabel</p> <p>Independen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Efikasi diri - Pengambilan resiko - Persepsi kemanfaatan 	<p>Efikasi Diri berpengaruh positif signifikan terhadap Intensi Berwirausaha <i>Online</i></p>



		serta Faktor Demografi terhadap Intensi Berwirausaha <i>Online</i> .	<ul style="list-style-type: none"> - Kemudahan pengguna - Faktor demografi <p>Variabel</p> <p>Dependen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Intensi berwirausaha <i>online</i> 	<p>Pengambilan Risiko berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap Intensi Berwirausaha <i>Online</i>.</p> <p>Persepsi Manfaat berpengaruh positif tidak signifikan terhadap Intensi Berwirausaha <i>Online</i></p> <p>Kemudahan Penggunaan berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap Intensi Berwirausaha <i>Online</i></p> <p>Faktor Demografi tidak signifikan terhadap Intensi Berwirausaha <i>Online</i>.</p>
9	Marpaung (2015)	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi	<p>Variabel</p> <p>Independen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sikap - Norma Subjektif 	Secara simultan menunjukkan bahwa sikap, norma subjektif, dan



		<p>Minat dan Keputusan Pembelian Konsumen Produk Pangan Organik Di Supermarket Brastagi Medan.</p>	<p>- Kontrol Perilaku</p> <p>Variabel</p> <p>Dependen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Minat beli - Keputusan beli 	<p>control erilaku berdampak terhadap minat beli</p> <p>Secara parsial menunjukan bahwa Norma Subjektif dan Kontrol Perilaku memiliki pengaruh signifikan sedangkan Sikap tidak memiliki pengaruh yang signifikan.</p> <p>Kontrol Perilaku berpengaruh terhadap Keputusan membeli pangan organik dan Minat beli berpengaruh terhadap keputusan membeli pangan organik.</p>
--	--	--	---	--



2.3 Hipotesis Penelitian

2.3.1 Pengaruh Sikap Terhadap Niat Berwirausaha

Sikap adalah reaksi efektif dalam menghadapi suatu risiko bisnis (Hattu Et Al. 2021). Sikap menjadi hal yang penting dalam memengaruhi niat berwirausaha. Dengan menggunakan sikap, pelaku Bisnis Rumahan (*Home-Based Business*) dapat melakukan atas dasar niat dalam diri pelaku. Penelitian dilakukan oleh Santy et al., (2017) dalam penelitiannya mengemukakan bahwa efikasi diri, norma subjektif, sikap berperilaku, dan pendidikan kewirausahaan berpengaruh positif terhadap intensi berwirausaha. Penelitian yang sama juga yang dilakukan oleh Sumadi dan Sulistyawati (2017) menunjukkan sikap, motivasi, lingkungan berdampak positif yang signifikan terhadap niat berwirausaha. Dalam hal ini, peneliti merumuskan hipotesis di bawah ini:

H1 : Sikap berpengaruh positif terhadap niat berwirausaha

2.3.2 Pengaruh Norma Subjektif Terhadap Niat Berwirausaha

Norma subjektif yaitu keyakinan individu atas dukungan atau tidaknya dari orang sekitar (Jaya dan Seminari 2016). Dengan menggunakan norma subjektif, pelaku Bisnis Rumahan (*Home-Based Business*) dapat melakukan atas dasar niat dalam diri pelaku. Keyakinan yang didasari individu pada keluarga, sekelilingnya dan ambisi individu untuk mengikuti norma yang ditetapkan. Tingginya niat berwirausaha maka semakin tinggi pula tekad seseorang untuk berwirausaha. Menurut Widayoko (2016) dalam penelitiannya menyatakan bahwa sikap, norma subjektif, pendidikan dan efikasi diri mempunyai dampak yang positif terhadap niat

berwirausaha mahasiswa S1 FE UNY. Dalam hal ini, peneliti merumuskan hipotesis di bawah ini

H2 : Norma subjektif berpengaruh positif terhadap niat berwirausaha

2.3.3 Pengaruh Persepsi Kemanfaatan Terhadap Niat Berwirausaha

Pada *Technology Acceptance Model* (TAM) secara khusus disusun untuk memodelkan penerimaan pengguna sistem informasi dengan tujuan menjelaskan niat perilaku untuk menggunakan sistem. Menurut Davis dalam (Fathurrohman, 2015) menyatakan bahwa penerimaan teknologi informasi diartikan sebagai suatu sikap yang dapat menunjukkan perasaan positif dan negatif dalam menerima teknologi informasi sehingga apabila daya guna suatu teknologi diragukan, maka penerima teknologi informasi tidak berpengaruh terhadap intensi berwirausaha. Dengan menggunakan variabel persepsi kemanfaatan, pelaku Bisnis Rumahan (*Home-Based Business*) dapat melakukan atas dasar niat dalam diri pelaku.

Penelitian yang dilakukan oleh Aditya dan Wardhana (2016) menyatakan bahwa *perceived usefulness*, dan *perceived ease of use* secara bersama sama memengaruhi niat berperilaku pada penggunaan *instant messaging* LINE di Indonesia. Penelitian ini sejalan dengan yang dilakukan oleh Sayuti dan Chaniago (2021) bahwa variabel *perceived control* dan *relative advantage* memiliki dampak yang positif dan signifikan terhadap variabel intensi berwirausaha. Sedangkan variabel *social factor*, *usefulness*, *condition*, *complxity*, *compability*, *easy of use* dan *facilitating* tidak berdampak terhadap intensi berwirausaha mahasiswa

rekayasa Politeknik Negeri Bandung. Dalam hal ini, peneliti merumuskan hipotesis di bawah ini:

H3 : Persepsi kemanfaatan berpengaruh positif terhadap niat berwirausaha

2.3.4 Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Niat Berwirausaha

Pada *Technology Acceptance Model* (TAM) Dalam (Az-Eddine Bennani dan Oumlil 2014) Davis menyatakan bahwa persepsi kemudahan merupakan suatu keyakinan seseorang percaya menggunakan sistem yang dapat meningkatkan kinerja pekerjaannya. Kejelasan dalam penggunaan sistem informasi yang mudah dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya untuk dapat menggunakannya. Pada pelaku Bisnis Rumahan (*Home-Based Business*) memiliki rasa percaya bahwa teknologi informasi dapat mudah dilakukan sehingga pelaku usaha dapat menggunakannya. Sehingga kemudahan pengguna yang dirasakan memiliki efek langsung yang dapat memengaruhi niat perilaku secara langsung.

Penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Az-Eddine Bennani dan Oumlil (2014) bahwa *perceived usefulness* akan memiliki pengaruh positif terhadap niat pengusaha Maroko di masa depan untuk menerima *e-entrepreneurship*, *perceived ease of use* akan memiliki pengaruh positif terhadap niat pengusaha Maroko di masa depan untuk menerima *e-entrepreneurship*, sikap tidak berpengaruh positif terhadap niat wirausahawan Maroko di masa depan untuk menerima wirausaha *e-entrepreneurship*, dan kepercayaan akan berpengaruh positif terhadap niat wirausahawan Maroko di masa depan untuk menerima *e-entrepreneurship*. Menurut Gita (2015) bahwa secara *perceived usefulness*

berdampak positif namun tidak signifikan terhadap niat berwirausaha pada mahasiswa dalam memanfaatkan *e-marketplace* Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara. Sedangkan variabel *perceived ease of use* dan *perceived enjoyment* berdampak positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha pada mahasiswa dalam memanfaatkan *e-marketplace* Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara.

Menurut Fathurrohman (2015) bahwa variabel pengambilan risiko, faktor demografi, persepsi kemanfaatan kemudahan pengguna tidak berdampak signifikan terhadap niat berwirausaha *online* pada mahasiswa UIN Jakarta. Sedangkan variabel efikasi diri berpengaruh signifikan terhadap intensi berwirausaha *online* pada mahasiswa UIN Jakarta. Dalam hal ini, peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H4 : Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap niat berwirausaha

2.3.5 Pengaruh *Self-efficacy* Terhadap Niat Berwirausaha

Self-efficacy yaitu keyakinan atas keahliannya dalam mengatur dan mengimplementasikan aktivitas yang dimiliki dalam mencapai tujuan yang ditentukan (Abdul Manan 2020). Dengan menggunakan *self-efficacy*, pelaku Bisnis Rumahan (*Home-Based Business*) dapat melakukan atas dasar niat dalam diri pelaku. *Self-efficacy* memiliki andil bagi niat dalam berwirausaha. Seseorang akan semakin yakin dengan apa yang dia lakukan ketika melakukan tindakan untuk berwirausaha. Motivasi yang kuat dari dalam diri sangat diperlukan untuk membangun usaha yang baru.

Menurut (Yanti 2019) menyatakan *efikasi* berdampak positif terhadap intensi berwirausaha. sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh Wijaya dan Mada (2008) bahwa variabel sikap, norma subjektif memengaruhi secara signifikan terhadap intensi berwirausaha, variabel intensi berwirausaha sangat memengaruhi perilaku berwirausaha. Sementara itu, variabel *self-efficacy* tidak terlalu memengaruhi intensi berwirausaha dan variabel *self-efficacy* tidak terlalu memengaruhi perilaku berwirausaha. Dalam hal ini, peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H5 : Self-efficacy berpengaruh positif terhadap niat berwirausaha

2.3.6 Pengaruh Lingkungan Terhadap Niat Berwirausaha

Lingkungan merupakan kondisi di mana seseorang mempunyai jaringan terhadap modal, informasi serta jaringan sosial (Sumarsono 2013). Lingkungan dalam kewirausahaan adalah sebagai suatu ruang yang dapat menghasilkan suasana kewirausahaan dalam diri individu (Abdul, 2020). Menurut Sumadi dan Sulistyawati (2017) menyatakan bahwa sikap, motivasi, dan lingkungan berdampak positif signifikan terhadap niat berwirausaha. Dalam hal ini, peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H6 : Lingkungan berpengaruh positif terhadap niat berwirausaha

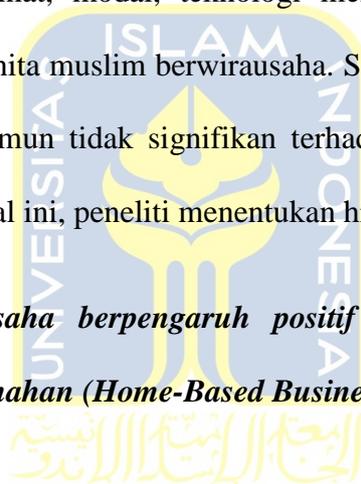
2.3.7 Pengaruh Niat Berwirausaha Terhadap Keputusan Untuk Melakukan Bisnis Rumahan (*Home-Based Business*)

Niat berwirausaha adalah sebagai sebuah niat individu guna menghasilkan hal baru dengan potensi yang tersedia. Tujuan pada *Theory of Planned Behavior*

adalah untuk memprediksi serta menjelaskan perilaku individu (Ajzen, 1985) dalam (Perdana, A. A., Hasan, A., & Rasuli 2018). Dalam teori ini, dapat ditentukan individu dalam melakukan suatu tingkah laku dalam niat melakukan atau tidak melakukan. Ajzen (2001), niat berperan sangat andil dalam meneliti suatu aktivitas individu. Semakin kuat niat untuk melakukan suatu tingkah laku, maka niat dapat membentuk suatu perilaku.

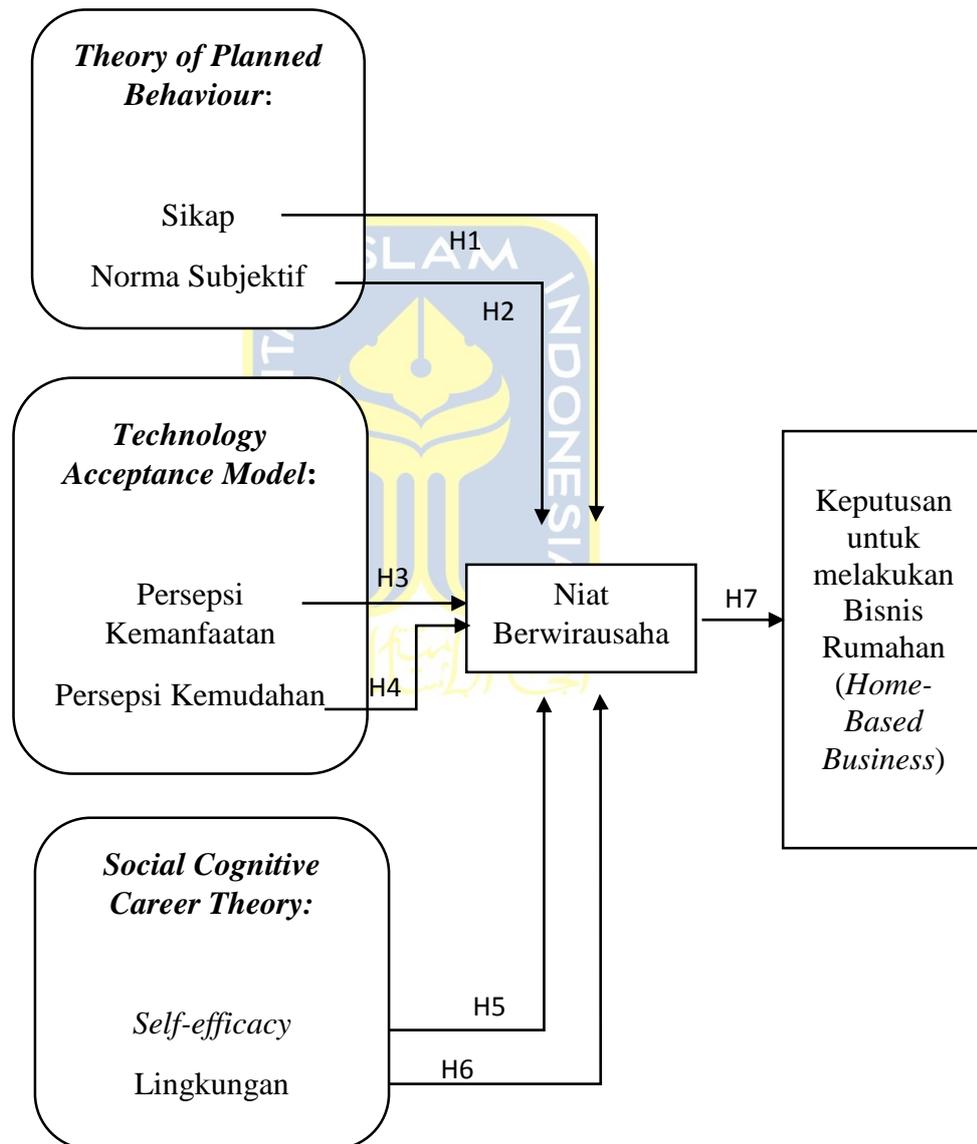
Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Lailatus Saadah 2016) menyatakan bahwa minat, modal, teknologi memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan wanita muslim berwirausaha. Sedangkan lingkungan keluarga berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan wanita muslim berwirausaha. Dalam hal ini, peneliti menentukan hipotesis dibawah ini:

H7 : Niat berwirausaha berpengaruh positif terhadap keputusan untuk melakukan Bisnis Rumahan (Home-Based Business)



2.4 Kerangka Penelitian

Dari penjelasan masalah, kajian dan literatur terdahulu tersusun kerangka pikir. Di bawah kerangka pikir yang dapat diukur:



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Populasi dan Sampel Penelitian

Objek dan subjek yang telah ditentukan dinyatakan sebagai populasi di mana kita tertarik untuk mempelajari atau menjadi objek penelitian sehingga bisa ditarik kesimpulan (Widayoko 2016). Populasi menjadi pilihan dalam penelitian ini adalah pelaku Bisnis Rumahan (*Home-Based Business*). Alasan dipilihnya pelaku Bisnis Rumahan (*Home-Based Business*) karena pada masa pandemi seperti ini, para pelaku bisnis menjadikan rumah sebagai tempat untuk melakukan aktivitas bisnis, baik di rumah maupun dari rumah dan bisnis ini memberikan keleluasaan serta kemudahan bagi para pelaku usaha yang mereka jalankan tanpa harus keluar rumah.

Sampel diartikan sebagai populasi yang mempunyai ciri yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah sebuah metode pengambilan sampel yang akan digunakan dalam membuat suatu perkiraan dari seluruh uji yang dipilih (Sugiono 2017). Di bawah ini beberapa syaratnya:

1. Responden adalah masyarakat Indonesia
2. Responden adalah pelaku bisnis yang memiliki bisnis rumahan

3.2 Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini jenis data adalah data primer yang dilakukan dengan membagikan angket secara online menggunakan *google form* kepada para pelaku

Bisnis Rumahan (*Home-Based Business*) serta responden akan dilakukan penilaian atas pertanyaan atau pernyataan yang tersedia melalui *google form* yang disebar, sehingga data dapat diolah dan dianalisis.

3.3 Teknik Pengambilan Sampling

Penelitian ini mengambil sampel dengan metode *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah metode yang dilaksanakan dengan memperkirakan dari seluruh uji yang dipilih (Sugiyono, 2017). Penelitian ini menggunakan peninjauan tertentu yaitu responden yang diminta untuk mengisi kuesioner kriteria sebagai pelaku Bisnis Rumahan (*Home-Based Business*).

Jumlah yang ditentukan dalam penelitian ini menggunakan metode Hair, Black, Babin, dan Anderson (2014) pada jumlah indikator yang ditentukan kemudian dikalikan 5 hingga 10. Menurut Roscoe (1975) penelitian antara 30 hingga 500 sampel dengan uji sampel adalah baik. Berikut merupakan hitungan sampel minimum yang dibutuhkan:

Jumlah Sampling	=	Jumlah Indikator x 5	
	=	30 indikator x 5	
	=	150 sampel	

Skala yang digunakan skala *Likert* dengan nilai 1(satu) hingga 6 (enam) tujuannya dapat menghindari dominan dari nilai tengah oleh responden, yakni:

Tabel 3. 1 Skala Likert

Jawaban	Nilai
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Agak Tidak Setuju	3
Agak Setuju	4
Setuju	5
Sangat Setuju	6

3.4 Definisi dan Pengukuran Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan 6 (enam) variabel bebas dan 2 (dua) variabel terikat.

3.4.1 Variabel Dependen

Variabel terikat merupakan faktor dari sebuah variabel terpengaruh dari variabel bebas. Variabel dependen (variabel terikat) adalah niat berwirausaha dan keputusan untuk melakukan Bisnis Rumahan (*Home-Based Business*).

Tabel 3. 2 Operasional dan Indikator Variabel Dependen

No	Definisi Operasional Variabel	Indikator dan Item Pertanyaan	
1	Niat Berwirausaha (Y₁) adalah kesungguhan niat seseorang untuk melakukan	Indikator niat berwirausaha menurut pandangan dari Ramayah & Harun (2005); (Widayoko 2016)	
		Karier	1. Saya memilih karier sebagai seorang wirausahawan
		Perencanaan	2. Saya melakukan perencanaan untuk memulai usaha

No	Definisi Operasional Variabel	Indikator dan Item Pertanyaan	
	tindakan pada suatu perilaku (Widayoko, 2016)	Meningkatkan status sosial	3. Saya dapat meningkatkan status sosial sebagai wirausaha
		Siap melakukan apa saja untuk menjadi wirausaha	4. Saya siap melakukan apa saja untuk menjadi wirausaha
		Bersungguh-sungguh untuk memulai usaha	5. Saya bersungguh-sungguh untuk memulai usaha
2	<p>Keputusan Berwirausaha Bisnis Rumahan (Home-Based Business) (Y₂)</p> <p>adalah suatu keinginan atau keputusan yang dipilih oleh pelaku usaha dalam berwirausaha Bisnis Rumahan (<i>Home-Based Business</i>) (Taufiq 2018)</p>	Indikator keputusan Berwirausaha menurut pandangan (Lailatus Saadah 2016)	
		Institusi	1. Saya memiliki keyakinan dengan berwirausaha Bisnis Rumahan (<i>Home-Based Business</i>) akan meningkatkan kesejahteraan keluarga
		Pengalaman	2. Saya pernah mengelola usaha yang saya geluti sekarang ini
		Fakta	3. Dengan berwirausaha Bisnis Rumahan (<i>Home-Based Business</i>) saya tidak perlu lagi menjadi anak buah seseorang dan tidak takut untuk dimarahi oleh atasan
		Wewenang	4. Keluarga memberikan dukungan penuh dalam menjalankan usaha Bisnis Rumahan (<i>Home-Based Business</i>)
		Rasional	5. Dengan membuka usaha Bisnis Rumahan (<i>Home-Based Business</i>) maka saya telah menciptakan lapangan kerja baru bagi diri saya dan orang lain

3.4.2 Variabel Independen

Variabel bebas adalah faktor dari sebuah variabel yang berdampak dari variabel terikat. Memiliki 6 (enam) variabel yang diambil dari beberapa teori *Theory Planned Behaviour* (TPB), *Theory Acceptance Model* (TAM), dan *Social Cognitive Career Theory* (SCCT).

Tabel 3. 3 Definisi Operasional dan Indikator Variabel Independen

No	Definisi Operasional Variabel	Indikator dan Item Pertanyaan	
1	Sikap (X1) sebagai bagian yang dipelajari untuk merespons atas suatu objek baik dalam keadaan suka maupun tidak (Perdana, A. A., Hasan, A., & Rasuli 2018)	Indikator sikap menurut pandangan dari (Widayoko 2016)	
		Mengamati untuk mencari peluang usaha	1. Saya suka mengamati untuk mencari peluang usaha
		Kreatif	2. Saya mempunyai pikiran yang kreatif
		Jiwa Kepemimpinan	3. Saya merasa memiliki jiwa kepemimpinan
		Tanggung Jawab	4. Saya merasa memiliki rasa tanggung jawab
	Suka menghadapi risiko dan tantangan	5. Saya suka menghadapi risiko dan tantangan	
2	Norma Subjektif (X2) adalah pandangan individu terhadap	Indikator norma subjektif menurut pandangan dari (Widayoko 2016)	
		Keluarga	1. Keluarga mendukung saya untuk berwirausaha

No	Definisi Operasional Variabel	Indikator dan Item Pertanyaan	
	orang sekitar yang akan mendukung atau tidak terwujudnya tindakan yang akan dilakukan (Widayoko 2016)	Teman	2. Teman – teman mendukung saya untuk berwirausaha.
		Pengusaha yang memotivasi	3. Para pengusaha sukses memotivasi saya untuk memulai wirausaha.
3	<p>Persepsi Kemanfaatan (X3)</p> <p>adalah seseorang yang percaya menggunakan sebagian sistem yang dapat meningkatkan kinerja dan performa dalam bekerja. (Aditya dan Wardhana 2016)</p>	Indikator persepsi kemanfaatan menurut pandangan dari (Fathurrohman 2015)	
		Menggunakan internet menjadi lebih cepat	1. Menggunakan internet dalam pekerjaan saya dapat menyelesaikan dengan cepat
		Menggunakan internet dapat meningkatkan peforma	2. Menggunakan internet bisa meningkatkan performa saya dalam berwirausaha
		Menggunakan internet menambah keefektifan	3. Menggunakan internet bisa menambah keefektifan saya dalam berwirausaha
4	<p>Persepsi Kemudahan (X4)</p> <p>adalah suatu penerimaan teknologi informasi dimana</p>	Indikator persepsi kemudahan menurut pandangan dari (Fathurrohman 2015)	
		Memudahkan untuk memulai usaha	1. Menggunakan internet memudahkan saya untuk memulai usaha

No	Definisi Operasional Variabel	Indikator dan Item Pertanyaan	
	seseorang yakin dapat dilakukan dengan tidak memerlukan usaha keras dan mudah dalam menggunakannya. (Gita 2015)	Memudahkan untuk mendapat informasi yang diinginkan	2. Saya merasa mudah dalam menggunakan internet untuk mendapatkan informasi tentang apa yang sedang saya inginkan.
		Fleksibel	3. Saya merasa internet sangat fleksibel unutm digunakan.
5	Self-efficacy (X5) adalah seseorang yang memiliki kepercayaan dengan kemampuan dirinya untuk menyelesaikan suatu tujuan (Widayoko 2016)	Self-efficacy menurut pandangan dari (Indarti dan Rokhima Rostiani 2008); (Widayoko 2016)	
		Percaya Diri	1. Saya merasa percaya diri untuk mengelola usaha.
		Memiliki keterampilan kepemimpinan	2. Saya memiliki keterampilan kepemimpinan yang dibutuhkan untuk menjadi seorang wirausahawan
		Memiliki mental yang kuat	3. Saya memiliki mental yang kuat untuk memulai menjadi seorang wirausahawan.
6	Lingkungan (X6) adalah ruang lingkup dan dimensi yang menciptakan suasana	Lingkungan menurut pandangan dari (Indarti dan Rokhima Rostiani 2008)	
		Modal	1. Saya memiliki akses kepada modal untuk memulai menjadi wirausahawan

No	Definisi Operasional Variabel	Indikator dan Item Pertanyaan	
	kewirausahaan individu (Indarti dan Rokhima Rostiani 2008)	Informasi	2. Saya memiliki jaringan sosial yang bagus yang dapat dimanfaatkan ketika saya memutuskan untuk menjadi seorang wirausahawan
		Jaringan Sosial	3. Saya memiliki akses terhadap informasi saat mulai menjadi seorang wirausahawan

3.5 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:

3.5.1 Uji Instrumen

3.5.1.1 Uji Validitas

Uji ini dipenuhi untuk mengukur apakah item pertanyaan dikatakan valid atau tidaknya. Jika jilai sig < 0,05 dapat ditarik kesimpulan bahwa indikator yang disajikan valid (Ghozali, 2018). Begitupun dengan sebaliknya.

3.5.1.2 Uji Reliabilitas

Uji ini dilakukan untuk mengukur indikator konsisten atau tidak. Alat ukur yang digunakan dalam uji reliabilitas adalah melihat *Cronbach Alpha* > 0,70 dengan kriteria sebagai berikut: (Ghozali, 2018)

1. Penelitian dengan hasil $\alpha > 0,70$ = Reliabel atau konsisten
2. Penelitian dengan hasil $\alpha < 0,70$ = Tidak Reliabel atau tidak konsisten

Maka, dapat dikatakan bahwa jika hasil dari alpha mendekati 1 dinyatakan konsisten.

3.5.2 Uji Asumsi Klasik

3.5.2.1 Uji Normalitas

Uji ini dilaksanakan untuk mengetahui data pada variabel dapat terdistribusi normal atau tidak yang didasarkan pada uji statistic *Kolmogorov-Smirnov*. Ditunjukkan dengan nilai *Asymp. Sig. (2 tailed)* > 0,05 jika terdistribusi normal.

3.5.2.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas dengan memperhitungkan nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Keputusan yang dilakukan jika nilai *tolerance* lebih dari 0,10 atau VIF kurang dari 10, maka dapat disimpulkan antar variabel tidak terdapat multikolinearitas.

3.5.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *varians* dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lainnya.

Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan uji glejser, dengan menilai sig. pada hasil output data menggunakan SPSS. Di mana nilai sig. > 0,05 tidak terjadi uji heteroskedastisitas.

3.5.3 Analisis Regresi Berganda

Metode ini dilaksanakan untuk mengetahui dampak 2 (dua) atau lebih variabel bebas terhadap variabel terikat. Dalam hal ini memiliki dua (2) variabel dependen dan enam (6) variabel independen. Persamaan regresi linear bergandanya yakni:

$$Y1 = a + \beta1X1 + \beta2X2 + \beta3X3 + \beta4X4 + \beta5X5 + \beta6X6 + e$$

$$Y2 = a + \beta7 Y1 + e$$

Keterangan :

Y1 = Niat Berwirausaha

Y2 = Keputusan

X1 = Sikap

X2 = Norma Subjektif

X3 = Persepsi Kemanfaatan

X4 = Persepsi Kemudahan

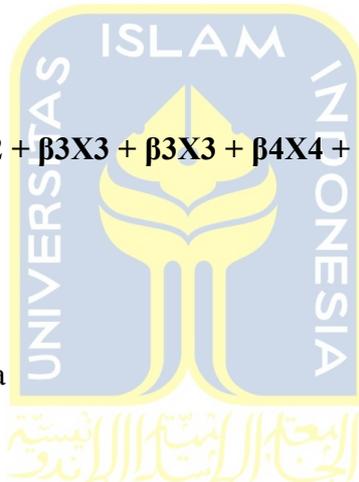
X5 = Self-Efficacy

X6 = Lingkungan

a = konstanta

β = koefisien korelasi

e = error



3.5.4 Koefisien Determinasi (R^2)

Uji ini dilakukan untuk perkiraan ketepatan pada regresi dalam menjelaskan variabel dependen. Skala nilai yang digunakan untuk uji ini adalah 0 hingga 1. Variabel bebas dapat menjelaskan informasi dalam mempertimbangkan variasi terhadap variabel terikat jika nilai koefisien determinasi yang ditunjukkan mendekati 1 (Ghozali, 2018).

3.5.5 Uji Hipotesis

3.5.5.1 Uji t

Menurut Ghozali (2013) dalam (Primastiowati 2020) menyatakan bahwa variabel dependen dipengaruhi oleh variabel bebas secara individual. variabel dependen. Untuk mengartikan variabel dependen dengan melihat tingkat signifikan level 0,05 ($\alpha = 5\%$) terdampak dari variabel bebas yang dapat ditentukan dengan uji statistik t. Koefisien didapat di bawah ini:

1. Dengan nilai koefisien (β), t hitung $>$ t tabel atau sig. $<$ 0,05 yang ditunjukkan sesuai sehingga hipotesis alternatif dinyatakan diterima atau didukung.
2. Dengan nilai koefisien (β), t hitung $>$ t tabel atau sig. $<$ 0,05 yang ditunjukkan tidak sesuai sehingga hipotesis alternatif tidak diterima atau tidak didukung.

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan disajikan hasil olah data, penjelasan dan pengaruh bagi variabel sikap, norma subjektif, persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan, *self-efficacy*, lingkungan, niat berwirausaha dan keputusan untuk melakukan Bisnis Rumahan (*Home-Based Business*). Data ini dikerjakan untuk menguji hipotesis yang sudah diuraikan pada BAB II serta menjawab rumusan masalah.

4.1 Hasil Pengumpulan data

Pada hasil pengumpulan dalam penelitian ini memiliki tujuan dalam menganalisis faktor yang dapat mempengaruhi niat berwirausaha dan keputusan untuk melakukan Bisnis Rumahan (*Home-Based Business*). Hasil penelitian ini didapat dari kuesioner atau angket yang didistribusikan secara *online* dengan *google form* yang ditujukan pada pelaku Bisnis Rumahan (*Home-Based Business*) di Indonesia.

4.2 Karakteristik Responden

Berikut merupakan klasifikasi responden yang dikelompokkan berdasarkan usia, jenis kelamin, provinsi, pendidikan, status, berapa lama bisnis berjalan, jenis bisnis dan jumlah karyawan.

4.2.1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia

Dari tabel dibawah didapat data dari pembagian angket yang ditinjau dari variasi usia pelaku usaha:

Tabel 4. 1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Presentasi
< 20 tahun	11	7,3%
21-30 tahun	66	44,0%
31-50 tahun	73	48,7%
Total	150	100%

Berdasarkan Tabel 4.1 dapat dilihat responden dari penelitian ini berada pada usia 31 – 50 tahun dengan total 73 orang atau sebanyak 48,7%, dan sebagian kecil ada di usia <20 tahun dengan jumlah 11 orang atau sebanyak 7,3%. Dalam hal ini ditampilkan rata-rata berdasarkan usia yang mayoritas pelaku Bisnis Rumahan (*Home-Based Business*) memiliki usia di 31 – 50 tahun.

4.2.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

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

Tabel 4. 2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki - laki	36	24%
Perempuan	114	76%
Total	150	100%

Pada Tabel 4.2 dapat disimpulkan bahwa pelaku Bisnis Rumahan (*Home-Based Business*) yang bersedia mengisi angket ini adalah perempuan dengan total 114 responden atau sebanyak 76%. Sedangkan responden dengan jenis kelamin laki-laki berjumlah 36 responden atau sebanyak 24%. Hal ini menggambarkan rata-rata dari jenis kelamin mayoritas yang melakukan Bisnis Rumahan (*Home-Based Business*) adalah jenis kelamin perempuan karena perempuan lebih banyak

meluangkan waktunya di rumah untuk melakukan usaha dibandingkan dengan laki-laki.

4.2.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Provinsi

Dari tabel dibawah didapat data dari pembagian angket yang ditinjau dari variasi provinsi pelaku usaha:

Tabel 4. 3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Asal Provinsi

Provinsi	Frekuensi	Persentase
Banten	2	1,3%
DI Yogyakarta	25	16,7%
DKI Jakarta	2	1,3%
Jawa Barat	79	52,7%
Jawa Tengah	25	16,7%
Jawa Timur	3	2,0%
Kalimantan Timur	1	0,7%
Lampung	1	0,7%
Nanggroe Aceh Darussalam	1	0,7%
Nusa Tenggara Barat (NTB)	9	6,0%
Papua	1	0,7%
Sumatera Selatan	1	0,7%
Total	150	100%

Pada Tabel 4.3 disimpulkan bahwa responden yang mempunyai Bisnis Rumahan (*Home-Based Business*) berasal dari 12 provinsi yang berada di Indonesia. Persentase terbesar pertama terdapat di provinsi Jawa Barat sebesar 79 orang responden atau sebanyak 52,7%, persentase terbesar kedua terdapat di provinsi DI Yogyakarta dan Jawa Tengah dengan jumlah yang sama sebesar 25 orang atau sebanyak 16,7%. Sementara itu, yang nilai frekuensi sedikit yaitu 1 orang atau sebanyak 0,7%. Hal ini menggambarkan berdasarkan provinsi pelaku

Bisnis Rumahan (*Home-Based Business*) yang melakukan Bisnis Rumahan (*Home-Based Business*) mayoritas berasal dari provinsi Jawa Barat.

4.2.4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan

Dari tabel dibawah didapat data dari pembagian angket yang ditinjau dari variasi pendidikan pelaku usaha:

Tabel 4. 4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan	Frekuensi	Persentase
SD	2	1,3%
SMP	4	2,7%
SMA	49	32,7%
D1/D2/D3/D4	18	12,0%
S1	75	50,0%
Lain-lain	2	1,3%
Total	150	100%

Dari Tabel 4.4 dapat disimpulkan bahwa responden yang mempunyai Bisnis Rumahan (*Home-Based Business*) memiliki pendidikan di S1 (Sarjana) sebesar 75 orang atau sebanyak 50,0% dan sebagian kecil responden berdasarkan pendidikan berada di SD dan lain-lain dengan jumlah yang sama sebesar 2 orang atau sebanyak 1,3 %. Hal ini menunjukkan dari rata-rata pendidikan responden yang melakukan Bisnis Rumahan (*Home-Based Business*) berpendidikan S1 (Sarjana).

4.2.5 Klasifikasi Responden Berdasarkan Status

Dari data yang didapat dari pembagian angket dapat ditinjau dari variasi status responden yang tertera pada Tabel 4.5 di bawah ini:

Tabel 4. 5 Klasifikasi Responden Berdasarkan Status

Status	Frekuensi	Persentase
--------	-----------	------------

Lajang	74	49,3%
Menikah	76	50,7%
Total	150	100%

Dari Tabel 4.5 dapat disimpulkan bahwa responden yang mempunyai Bisnis Rumahan (*Home-Based Business*) memiliki status lajang sebesar 74 orang atau sebanyak 49,3% sedangkan dengan status menikah sebesar 76 atau sebanyak 50,7%. Hal ini menunjukkan dari rata-rata status yang dimiliki responden yang melakukan Bisnis Rumahan (*Home-Based Business*) adalah berstatus menikah.

4.2.6 Klasifikasi Responden Berdasarkan Berapa Lama Bisnis Berjalan

Dari data yang didapat dari pembagian angket dapat ditinjau dari variasi berapa lama bisnis berjalan, responden yang tertera pada tabel dibawah ini:

Tabel 4. 6 Klasifikasi Responden Berdasarkan Berapa Lama Bisnis Berjalan

Berapa Lama Bisnis Berjalan	Frekuensi	Persentase
<1 tahun	38	25,3%
1-3 tahun	49	32,7%
>3 tahun	63	42,0%
Total	150	100%

Pada Tabel 4.6 dapat disimpulkan bahwa pelaku Bisnis Rumahan (*Home-Based Business*) berdasarkan lama bisnisnya berjalan adalah >3 tahun sebesar 63 atau sebanyak 42,0%. Sedangkan tahun yang baru memulai bisnisnya selama <1 tahun sebesar 38 atau sebanyak 25,3%. Hal ini menunjukkan bahwa lamanya bisnis yang berjalan menurut hasil dari responden pada Bisnis Rumahan (*Home-Based Business*) adalah >3 tahun.

4.2.7 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Bisnis

Dari tabel dibawah didapat data dari pembagian angket yang ditinjau dari variasi jenis bisnis pelaku usaha:

Tabel 4. 7Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Bisnis

Jenis Bisnis	Frekuensi	Persentase
Kerajinan	8	5.3%
Produksi tekstil dan kulit	1	0,7%
Produksi makanan dan minuman	67	44,7%
Produksi kayu, rotan dan bambu	1	0,7%
Pakaian jadi (menjahit baju)	18	12,0%
Kecantikan (salon dll)	10	6,7%
Professional, konsultan atau training (psikologi, pelatihan komputer)	2	1,3%
Furniture (kursi, meja, dan lemari)	2	1,3%
Manufaktur lain	41	27,3%
Total	150	100%

Berdasarkan tabel diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa pelaku usaha berdasarkan jenis bisnis dari Bisnis Rumahan (*Home-Based Business*) yang paling banyak adalah produksi makanan dan minuman sebesar 67 orang atau sebanyak 44,7%. Sedangkan jenis bisnis yang paling sedikit adalah produksi kayu, rotan dan bambu yaitu 1 orang atau sebesar 0,7%. Hal ini dapat disimpulkan bahwa jenis bisnis yang banyak dilakukan dalam Bisnis Rumahan (*Home-Based Business*) adalah produksi makanan dan minuman.

4.2.8 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jumlah Karyawan

Dari data yang didapat dari pembagian angket dapat ditinjau dari variasi jumlah karyawan yang tertera pada Tabel 4.8:

Tabel 4. 8 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jumlah Karyawan

Jumlah Karyawan	Frekuensi	Persentase
Tidak ada karyawan	95	63,3%
1-5 orang	42	28,0%
6-10 orang	7	4,7%
>10 orang	6	4,0%
Total	150	100%

Dari Tabel 4.8 dapat disimpulkan responden berdasarkan jumlah karyawan dari Bisnis Rumahan (*Home-Based Business*) adalah tidak ada karyawan sebesar 95 orang atau sebanyak 63,3%. Sedangkan jumlah karyawan yang memiliki >10 karyawan hanya 6 orang. Hal ini dapat menunjukkan bahwa dari jumlah karyawan yang dilakukan dalam Bisnis Rumahan (*Home-Based Business*) adalah tidak ada karyawan, mereka melakukan bisnisnya sendiri.

4.3 Hasil Uji Instrumen

4.3.1 Hasil Uji Validitas

Uji ini dipenuhi untuk menilai apakah item pertanyaan dikatakan valid atau tidaknya. Jika nilai sig kurang dari 0,05 sehingga indikator yang disajikan tersebut dinyatakan valid (Ghozali, 2018).

Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pertanyaan	Pearson's Correlation	Sig.	Keterangan
Keputusan	Y2.1	0.746	0.000	Valid
	Y2.2	0.693	0.000	Valid
	Y2.3	0.693	0.000	Valid
	Y2.4	0.815	0.000	Valid
	Y2.5	0.645	0.000	Valid
Niat Berwirausaha	Y1.1	0.797	0.000	Valid
	Y1.2	0.782	0.000	Valid
	Y1.3	0.832	0.000	Valid

Variabel	Item Pertanyaan	Pearson's Correlation	Sig.	Keterangan
	Y1.4	0.885	0.000	Valid
	Y1.5	0.749	0.000	Valid
Sikap	X1.1	0.667	0.000	Valid
	X1.2	0.873	0.000	Valid
	X1.3	0.839	0.000	Valid
	X1.4	0.773	0.000	Valid
	X1.5	0.863	0.000	Valid
Norma Subjektif	X2.1	0.727	0.000	Valid
	X2.2	0.841	0.000	Valid
	X2.3	0.831	0.000	Valid
Persepsi Kemanfaatan	X3.1	0.943	0.000	Valid
	X3.2	0.931	0.000	Valid
	X3.3	0.937	0.000	Valid
Persepsi Kemudahan	X4.1	0.918	0.000	Valid
	X4.2	0.912	0.000	Valid
	X4.3	0.898	0.000	Valid
<i>Self-efficacy</i>	X5.1	0.915	0.000	Valid
	X5.2	0.969	0.000	Valid
	X5.3	0.959	0.000	Valid
Lingkungan	X6.1	0.860	0.000	Valid
	X6.2	0.706	0.000	Valid
	X6.3	0.830	0.000	Valid

Pada hasil uji pada tabel di atas disimpulkan pertanyaan pada variabel sikap, norma subjektif, persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan, *self-efficacy*, lingkungan, niat berwirausaha dan keputusan melakukan Bisnis Rumahan (*Home-Based Business*) memiliki nilai sig < 0,05 maka mempunyai kesimpulan pada indikator variabel yang diteliti baik dan dapat dilakukan dalam penelitian.

4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas

Uji ini dilakukan untuk mengukur indikator konsisten atau tidak. Alat ukur yang digunakan dalam uji reliabilitas adalah melihat *Cronbach Alpha* > 0,70 (Ghozali, 2018)

Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Titik Kritis	Keterangan
Keputusan	0.740	0,70	Reliabel
Niat Berwirausaha	0.863	0,70	Reliabel
Sikap	0.863	0,70	Reliabel
Norma Subjektif	0.720	0,70	Reliabel
Persepsi Kemanfaatan	0.926	0,70	Reliabel
Persepsi Kemudahan	0.887	0,70	Reliabel
<i>Self-efficacy</i>	0.940	0,70	Reliabel
Lingkungan	0.720	0,70	Reliabel

Dari tabel 4.10 pengujian dari uji reliabilitas diketahui bahwa semua variabel sikap, norma subjektif, persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan, *self-efficacy*, lingkungan, niat berwirausaha dan keputusan melakukan Bisnis Rumahan (*Home-Based Business*) 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 Hasil Uji Asumsi Klasik

4.4.1 Uji Normalitas

Uji ini digunakan dalam menilai data dari setiap variabel berdistribusi normal. Dapat dikatakan berdistribusi normal jika memiliki nilai *Asymp. Sig. (2 tailed)* > 0,05 Di bawah ini tabel hasil data:

Tabel 4. 11 Hasil Uji Normalitas

<i>Asymp. Sig. (2tailed)</i>	Keterangan
0,200	Berdistribusi Normal

Dari tabel 4.11 dapat ditarik kesimpulan dalam penelitian ini memiliki distribusi normal yang mempunyai *Asymp. Sig. (2 tailed)* sebesar 0,200 yang lebih besar dari 0,05. Sehingga dalam model penelitian ini berdistribusi normal dan dapat digunakan dalam analisis.

4.4.2 Hasil Uji Multikolinearitas

Hasil uji ini dilakukan untuk menganalisis hubungan antara variabel independen dengan menentukan dari nilai *tolerance* yang lebih dari 0,10 atau VIF kurang dari 10. Dibawah ini hasil pengolahan data:

Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Sikap	0,433	2,310	Tidak terjadi multikolinearitas
Norma Subjektif	0,671	1,489	Tidak terjadi multikolinearitas
Persepsi Kemanfaatan	0,649	1,542	Tidak terjadi multikolinearitas
Persepsi Kemudahan	0,720	1,389	Tidak terjadi multikolinearitas
<i>Self-efficacy</i>	0,409	2,446	Tidak terjadi multikolinearitas
Lingkungan	0,593	1,687	Tidak terjadi multikolinearitas
Niat Berwirausaha	0,550	1,817	Tidak terjadi multikolinearitas

Dari Tabel 4.12 diketahui dari skor *tolerance* berada lebih dari 0,10 dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) kurang dari 10. Jadi dapat ditarik kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan tidak terjadi multikolinearitas sehingga tidak terdapat korelasi antar variabel bebas.

4.4.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji ini dilakukan untuk melihat model regresi tidak terjadi kesamaan antar varians dan residual dengan menggunakan uji glejser. Berikut ini adalah hasil uji heteroskedastisitas:

Tabel 4. 13 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig	Titik Kritis
Sikap	0,870	0,05
Norma Subjektif	0,348	0,05
Persepsi Kemanfaatan	0,503	0,05
Persepsi Kemudahan	0,542	0,05
<i>Self-efficacy</i>	0,969	0,05
Lingkungan	0,548	0,05
Niat Berwirausaha	0,898	0,05

Berdasarkan tabel diatas dapat ditarik kesimpulan masing-masing variabel yang memiliki skor yang signifikan $> 0,05$. Maka dapat ditarik kesimpulan dalam penelitian ini tidak ada gejala heteroskedastisitas.

4.5 Hasil Analisis Uji Regresi Linear Berganda

Dibawah ini persamaan satu, dan dua dari hasil uji regresi:

Tabel 4. 14 Hasil Uji Regresi Linear Berganda Persamaan 1

(Variabel Dependen : Niat Berwirausaha)

Variabel	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
	Koefisien (β)	Std error			
(Constant)	-0,707	2,723			
Sikap (X1)	0,297	0,112	0,245	2,662	0,009
Norma Subjektif (X2)	0,299	0,145	0,154	2,058	0,041
Persepsi Kemanfaatan (X3)	0,043	0,132	0,025	0,330	0,742

Variabel	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
	Koefisien (β)	Std error			
Persepsi Kemudahan (X4)	0,186	0,126	0,107	1,470	0,144
<i>Self-efficacy</i> (X5)	0,229	0,177	0,125	1,291	0,199
Lingkungan (X6)	0,423	0,119	0,274	3,545	0,001

Berdasarkan hasil dari tabel 4.14 hasil regresi linear berganda yang tertera pada tabel, regresi pertama adalah sebagai berikut:

$$Y_1 = -0,707 + 0,297 X_1 + 0,299 X_2 + 0,043 X_3 + 0,186 X_4 + 0,229 X_5 + 0,423 X_6 + e$$

Dari hasil regresi linear berganda di atas dapat ditarik kesimpulan nilai *alpha* bernilai negatif 0,707 yang mempunyai kesimpulan jika variabel sikap, norma subjektif, persepsi, kemanfaatan, persepsi kemudahan, *self-efficacy*, lingkungan disamakan dengan 0 maka tingkat niat berwirausaha -0,707.

Pada koefisien regresi variabel sikap, norma subjektif, persepsi, kemanfaatan, persepsi kemudahan, *self-efficacy*, lingkungan memiliki nilai positif sebesar 0.297, 0.299, 0.043, 0,186, 0,229 dan 0.423 yang berarti bahwa jika variabel sikap, norma subjektif, persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan, *self-efficacy*, lingkungan mengalami peningkatan maka tingkat niat berwirausaha akan cenderung meningkat.

**Tabel 4. 15 Hasil Uji Regresi Linear Berganda Persamaan 2
(Variabel Dependen : Keputusan)**

Variabel	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
	Koefisien (β)	Std error			
(Constant)	13,014	1,345			
Niat Berwirausaha (Y1)	0,526	0,052	0,639	10,114	0,000

Berdasarkan hasil tabel dari 4.15 perhitungan regresi linear berganda yang ditunjukkan pada tabel di atas, maka persamaan garis regresi kedua adalah sebagai berikut:

$$Y_2 = 13,014 + 0,526 Y_1 + e$$

Dari hasil model regresi di atas menunjukkan bahwa nilai *alpha* positif 13,014 yang mempunyai kesimpulan jika variabel niat berwirausaha disamakan dengan 0 maka keputusan meningkat sebesar 13,014.

Koefisien regresi pada variabel niat berwirausaha menunjukkan arah yang positif sebesar 0,526. Hal ini memiliki arti apabila regresi variabel niat berwirausaha mempunyai hubungan yang searah atau positif terhadap variabel keputusan untuk melakukan Bisnis Rumahan (*Home-Based Business*).

4.6 Analisis Koefisien Determinasi (R²)

Uji koefisien determinan (R²) digunakan dalam mengukur keadaan variabel independen yang dapat memengaruhi variabel dependen. Di bawah ini hasil koefisien determinasi:

Tabel 4. 16 Analisis Koefisien Determinasi (R²) Persamaan 1

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std Error of the Estimate
1	0,671	0,450	0,427	2,729

Dari tabel 4.16 di atas, nilai *Adjusted R Square* sebesar 42,7% bahwa niat berwirausaha dipengaruhi oleh variabel sikap, norma subjektif, persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan, *self-efficacy*, lingkungan. Sedangkan sisanya sebesar 57,3% dijelaskan oleh variabel lainnya.

Tabel 4. 17 Analisis Koefisien Determinasi (R²) Persamaan 2

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std Error of the Estimate
1	0,639	0,409	0,405	2,287

Dari tabel 4.17 di atas, nilai *Adjusted R Square* sebesar 40,5% bahwa keputusan untuk melakukan Bisnis Rumahan (*Home-Based Business*) dipengaruhi oleh variabel niat berwirausaha. Sementara sisanya sebesar 59,5% diterangkan pada variabel lainnya.

4.7 Pengujian Hipotesis

4.7.1 Uji t

Uji t dilakukan pada variabel independen terhadap variabel dependen dengan mencari dampak dan signifikansi. Hipotesis dapat diterima jika nilai signifikansi $< \alpha 0,05$.

a. Pengaruh sikap terhadap niat berwirausaha

Hipotesis satu menyatakan sikap berdampak positif terhadap niat berwirausaha. Seperti tabel 4.14 menunjukkan variabel sikap sebesar 0,297

berdampak positif dan mempunyai signifikansi yaitu 0,009 karena variabel mempunyai nilai lebih kecil dari tingkat (*alpha*) ($0,009 < 0,05$), maka ditarik kesimpulan sikap berdampak pada niat berwirausaha sehingga hipotesis satu (**H1**) **didukung**.

b. Pengaruh norma subjektif terhadap niat berwirausaha

Pada hipotesis dua mengungkapkan norma subjektif mempunyai pengaruh positif terhadap niat berwirausaha. Seperti tabel 4.14 menunjukkan variabel norma subjektif sebesar 0,299 berdampak positif dan mempunyai signifikansi yaitu 0,041 karena variabel mempunyai nilai lebih kecil dari tingkat (*alpha*) ($0,041 < 0,05$), maka ditarik kesimpulan norma subjektif berdampak pada niat berwirausaha sehingga hipotesis dua (**H2**) **didukung**.

c. Pengaruh persepsi kemanfaatan terhadap niat berwirausaha

Hipotesis tiga mengungkapkan persepsi kemanfaatan berdampak positif terhadap niat berwirausaha. Seperti tabel 4.14 menunjukkan variabel persepsi kemanfaatan sebesar 0,043 berdampak positif dan mempunyai signifikansi yaitu 0,742 karena variabel mempunyai nilai lebih besar dari tingkat (*alpha*) ($0,742 > 0,05$), maka ditarik kesimpulan bahwa persepsi kemanfaatan tidak berdampak pada niat berwirausaha sehingga hipotesis tiga (**H3**) **tidak didukung**.

d. Pengaruh persepsi kemudahan terhadap niat berwirausaha

Hipotesis empat mengungkapkan persepsi kemudahan berdampak positif terhadap niat berwirausaha. Seperti tabel 4.14 menunjukkan variabel persepsi

kemudahan sebesar 0,186 berdampak positif dan mempunyai signifikansi yaitu 0,144 karena variabel mempunyai nilai lebih besar dari tingkat (*alpha*) ($0,144 > 0,05$), maka ditarik kesimpulan persepsi kemudahan tidak berberdampak pada niat berwirausaha sehingga hipotesis empat **(H4) tidak didukung**.

e. Pengaruh *self-efficacy* terhadap niat berwirausaha

Hipotesis lima mengungkapkan *self-efficacy* berdampak positif terhadap niat berwirausaha. Seperti tabel 4.14 menunjukkan variabel *self-efficacy* sebesar 0,229 berdampak positif dan mempunyai signifikansi yaitu 0,199 karena variabel mempunyai nilai lebih besar dari tingkat (*alpha*) ($0,199 > 0,05$), maka ditarik kesimpulan *self-efficacy* tidak berdampak pada niat berwirausaha maka hipotesis lima **(H5) tidak didukung**.

f. Pengaruh lingkungan terhadap niat berwirausaha

Hipotesis enam mengungkapkan lingkungan memiliki dampak yang positif terhadap niat berwirausaha. Seperti tabel 4.14 menunjukkan variabel lingkungan sebesar 0,423 berdampak positif dan mempunyai signifikansi yaitu 0,001 karena variabel mempunyai nilai lebih kecil dari tingkat (*alpha*) ($0,001 < 0,05$), maka ditarik kesimpulan lingkungan berdampak pada niat berwirausaha sehingga hipotesis enam **(H6) didukung**.

g. Pengaruh niat berwirausaha terhadap keputusan untuk melakukan Bisnis Rumahan (*Home-Based Business*)

Hipotesis tujuh mengungkapkan niat berwirausaha berpengaruh positif terhadap keputusan untuk melakukan Bisnis Rumahan (*Home-Based Business*). Seperti tabel 4.15 menunjukkan variabel niat berwirausaha sebesar 0,526 yang menunjukkan berdampak positif dan mempunyai signifikansi yaitu 0,000 karena variabel mempunyai nilai lebih kecil dari tingkat (*alpha*) ($0,000 < 0,05$), maka ditarik kesimpulan niat berwirausaha berdampak pada keputusan untuk melakukan Bisnis Rumahan (*Home-Based Business*) sehingga hipotesis tujuh (**H7**) **didukung**.

Tabel 4. 18 Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian

	Variabel	β	Sig	Hasil
H1	Sikap terhadap Niat Berwirausaha	0,297	0,009 < 0,05	Didukung
H2	Norma Subjektif terhadap Niat Berwirausaha	0,299	0,041 < 0,05	Didukung
H3	Persepsi Kemanfaatan terhadap Niat Berwirausaha	0,043	0,742 > 0,05	Tidak Didukung
H4	Persepsi Kemudahan terhadap Niat Berwirausaha	0,186	0,144 > 0,05	Tidak Didukung
H5	<i>Self-efficacy</i> terhadap Niat Berwirausaha	0,229	0,199 > 0,05	Tidak Didukung
H6	Lingkungan terhadap Niat Berwirausaha	0,423	0,001 < 0,05	Didukung
H7	Niat Berwirausaha terhadap Keputusan untuk melakukan Bisnis Rumahan (<i>Home-Based Business</i>)	0,526	0,000 < 0,05	Didukung

4.8 Pembahasan Hasil Penelitian

4.8.1 Sikap berpengaruh positif terhadap niat berwirausaha

Dari hasil hipotesis pada tabel 4.18 di atas, koefisien pada variabel sikap adalah 0,297, dan memiliki sig. sebesar 0,009. Dari hasil tersebut dapat ditarik kesimpulan sikap berdampak positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha, sehingga hipotesis satu (H1) diterima. Terdapat peningkatan pada sikap akan mengakibatkan niat dalam berwirausaha.

Dari hasil penelitian, sejalan dengan teori yang ditetapkan pada *Theory of Planned Behaviour* (TPB) yang menyatakan bahwa sikap dapat menentukan niat perilaku seseorang. Sebagian besar pelaku Bisnis Rumahan (*Home-Based Business*) menggunakan sikap dalam diri untuk menjadi lebih kreatif, dapat mencari peluang usaha, mempunyai jiwa kepemimpinan dan tanggung jawab serta tidak ragu mengambil risiko dan tantangan dalam melakukan suatu bisnis sehingga pelaku bisnis mempunyai niat yang baik untuk melakukan bisnis.

Penelitian ini juga didukung yang dilakukan oleh Sumadi dan Sulistyawati (2017) sikap, motivasi, lingkungan berpengaruh positif signifikan terhadap niat berwirausaha. Hal ini sependapat dengan penelitian yang dikerjakan oleh penulis, maka dapat disimpulkan bahwa variabel sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha.

4.8.2 Norma subjektif berpengaruh positif terhadap niat berwirausaha

Berdasarkan hasil uji hipotesis pada tabel 4.18 di atas, koefisien pada variabel norma subjektif sebesar 0,299 dan memiliki sig. yaitu 0,041. Dari hasil tersebut dapat ditarik kesimpulan norma subjektif berdampak positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha, maka hipotesis dua (H2) didukung. Dari hasil tersebut mengandung arti bahwa norma subjektif mempunyai keterkaitan dalam niat berwirausaha Bisnis Rumahan (*Home-Based Business*).

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. Pelaku Bisnis Rumahan (*Home-Based Business*) memiliki keyakinan dari dalam diri seseorang atas dukungan sekitar maka akan memotivasi seseorang untuk melakukan pada lingkungan yang positif sehingga dapat memengaruhi orang disekitarnya menjadi positif. Pada variabel norma subjektif ini terdapat pengaruh dari saran-saran di sekitar lingkungan responden seperti dari keluarga, teman-teman terdekat maupun para pengusaha lain yang sukses.

Hasil pengujian ini didukung dalam penelitian yang dilakukan oleh Widayoko (2016) bahwa norma subjektif berpengaruh positif terhadap intensi berwirausaha mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Hal ini sependapat dengan penelitian yang dikerjakan oleh penulis, maka dapat ditarik kesimpulan variabel norma subjektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha.

4.8.3 Persepsi kemanfaatan berpengaruh positif terhadap niat berwirausaha

Dari hasil uji hipotesis pada tabel 4.18 di atas, koefisien pada variabel persepsi kemanfaatan sebesar 0,043 yang mempunyai signifikan yaitu 0,742. Dari hasil tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa persepsi kemanfaatan berdampak positif namun tidak signifikan terhadap niat berwirausaha, maka hipotesis tiga (H3) tidak didukung.

Dari hasil penelitian, persepsi kemanfaatan tidak sejalan dengan teori yang ditetapkan pada *Technology Acceptance Model* (TAM) persepsi kemanfaatan bukan menjadi faktor yang dapat mendorong pelaku Bisnis Rumahan (*Home-Based Business*) untuk melakukan niat dalam berwirausaha karena manfaat yang dirasakan mungkin sering menunjukkan pengaruhnya terhadap niat dengan sikap sebagai penengah agar mencapai niat yang diharapkan. Peneliti beranggapan bahwa manfaat yang dirasakan pelaku usaha tidak hanyadalam bentuk teknologi informasi tetapi bisa berupa manfaat dari penjualan yang dilakukan secara offline. Menurut penelitian yang dilakukan (Chaniago and Sayuti 2019) untuk mencapai manfaat yang dirasakan harus memiliki pengetahuan dan kemampuan dalam memanfaatkan suatu teknologi serta butuh kesiapan dalam menumuhkan rasa niat dalam berwirausaha.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Sayuti dan Chaniago (2021) bahwa variabel *perceived control* dan *relative advantage* mempunyai dampak yang positif dan signifikan terhadap intensi berwirausaha. Sedangkan variabel *facilitating condition*, *compatability*, *usefulness*, *ease of use*, *social factor* dan *complexity* tidak memberikan dampak signifikan terhadap intensi berwirausaha mahasiswa

Rekayasa Politeknik Negeri Bandung. Hal ini sependapat dengan penelitian yang dikerjakan oleh penulis, maka dapat ditarik kesimpulan variabel persepsi kemanfaatan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap niat berwirausaha.

4.8.4 Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap niat berwirausaha

Berdasarkan hasil uji hipotesis pada tabel 4.18 di atas, koefisien pada variabel persepsi kemudahan sebesar 0,186 dan memiliki signifikan yaitu 0,144. Angka tersebut menandakan bahwa persepsi kemudahan memiliki arah yang positif, namun nilai sig. lebih besar dari nilai alpha 0,05. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap niat berwirausaha, maka hipotesis empat (H4) tidak didukung.

Dari hasil penelitian, persepsi kemudahan tidak sejalan dengan teori yang ditetapkan pada *Technology Acceptance Model* (TAM) persepsi kemudahan bukan merupakan faktor yang dapat mendorong pelaku Bisnis Rumahan (*Home-Based Business*) untuk melakukan niat dalam berwirausaha karena banyaknya responden tidak memiliki persepsi tentang kemudahan yang disediakan bagi pengguna teknologi informasi dalam melakukan usahanya. Peneliti beranggapan bahwa dengan kurangnya pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki serta manfaat yang dirasakan juga sedikit sehingga mereka sulit untuk menggunakan teknologi.

Menurut Fathurrohman (2015) bahwa variabel pengambilan risiko, faktor demografi, persepsi kemanfaatan kemudahan pengguna tidak berpengaruh signifikan terhadap intensi berwirausaha *online* pada mahasiswa UIN Jakarta. Sedangkan variabel efikasi diri berpengaruh signifikan terhadap intensi berwirausaha *online* pada mahasiswa UIN Jakarta. Hal ini sependapat dengan yang

dikerjakan oleh penulis, maka dapat ditarik kesimpulan variabel persepsi kemudahan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap niat berwirausaha.

4.8.5 *Self-efficacy* berpengaruh terhadap niat berwirausaha

Berdasarkan hasil uji hipotesis pada tabel 4.18 di atas, koefisien pada variabel *self-efficacy* sebesar 0,229 dan memiliki sig. yaitu 0,199. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa *self-efficacy* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap niat berwirausaha, maka hipotesis lima (H5) tidak didukung.

Dari hasil penelitian, *self-efficacy* tidak sesuai dengan teori *Social Cognitive Career Theory* (SCCT) bahwa seseorang yang memiliki kepercayaan serta keyakinan dengan kemampuan dirinya untuk menyelesaikan suatu tujuan. Sehingga penulis beranggapan bahwa *self-efficacy* bukan faktor yang dapat mendorong pelaku Bisnis Rumahan (*Home-Based Business*) untuk melakukan niat dalam berwirausaha karena sebagian pelaku Bisnis Rumahan (*Home-Based Business*) belum memiliki rasa percaya diri, keterampilan kepemimpinan, dan mental yang kuat dalam memulai usaha sehingga pelaku bisnis menghindari usaha yang sedang mereka jalankan. Peneliti beranggapan bahwa banyak pelaku usaha yang hanya memikirkan cara mereka untuk tetap mempertahankan hidup tanpa melihat jangka panjangnya sehingga banyak pelaku usaha tidak percaya diri dan sulit berkembang.

Hasil penelitian ini sejalan dengan yang dilakukan oleh (Indarti dan Rokhima Rostiani 2008) bahwa efikasi diri tidak berpengaruh signifikan terhadap intensi berwirausaha dalam konteks mahasiswa Jepang. Hal ini sependapat dengan penelitian yang dikerjakan oleh penulis, maka dapat ditarik kesimpulan variabel *self-efficacy* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap niat berwirausaha

4.8.6 Lingkungan berpengaruh terhadap niat berwirausaha

Berdasarkan hasil uji hipotesis pada tabel 4.18 di atas, koefisien pada variabel lingkungan sebesar 0,423 yang mempunyai signifikan yaitu 0,001. Dari hasil tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa lingkungan berdampak positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha, maka hipotesis enam didukung.

Dari hasil penelitian, Jika seseorang mempunyai akses modal, informasi dan jejaring sosial yang cukup maka intensi atau kecenderungan untuk membuka usaha baru akan menjadi lebih tinggi. Peningkatan lingkungan akan mengakibatkan niat berwirausaha pada pelaku Bisnis Rumahan (*Home-Based Business*) akan meningkat.

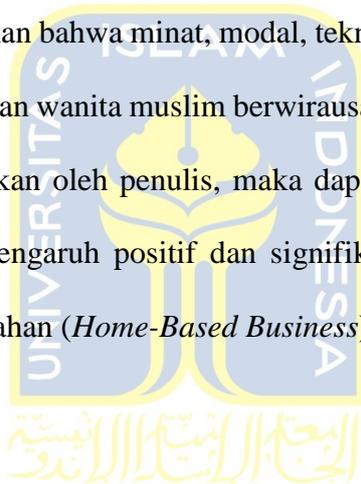
Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sumadi dan Sulistyawati (2017) bahwa sikap, motivasi, dan lingkungan berpengaruh positif signifikan terhadap niat berwirausaha. Hal ini sependapat dengan penelitian yang dikerjakan oleh penulis, maka dapat ditarik kesimpulan variabel lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha

4.8.7 Niat berwirausaha terhadap keputusan untuk melakukan Bisnis Rumahan (*Home-Based Business*)

Berdasarkan hasil uji hipotesis pada tabel 4.18 di atas, koefisien pada variabel niat berwirausaha sebesar 0,526 yang mempunyai signifikan yaitu 0,000. Dari hasil tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa niat berwirausaha berdampak positif dan signifikan terhadap keputusan untuk melakukan Bisnis Rumahan (*Home-Based Business*).

Dari hasil penelitian, sejalan dengan teori yang ditetapkan pada *Theory of Planned Behaviour* (TPB) yang menyatakan bahwa niat merupakan suatu perasaan yang ada dalam diri pelaku usaha untuk melakukan suatu perilaku atau penentuan keputusan. Sehingga niat itu timbul sebelum keikutsertaan di dalam suatu aktivitas bisnis. Pelaku bisnis mempunyai perhatian yang mengakibatkan keinginan untuk menjalankan aktivitas yang memberikan pengalaman dalam menentukan keputusan pelaku usaha dalam melakukan Bisnis Rumahan (*Home-Based Business*).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Saadah (2017) bahwa menyatakan bahwa minat, modal, teknologi memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan wanita muslim berwirausaha. Hal ini sependapat dengan penelitian yang dikerjakan oleh penulis, maka dapat ditarik kesimpulan variabel niat berwirausaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan untuk melakukan Bisnis Rumahan (*Home-Based Business*).



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 faktor-faktor yang memengaruhi niat berwirausaha dan keputusan untuk melakukan Bisnis Rumahan (*Home-Based Business*). Penelitian ini dilakukan oleh pelaku Bisnis Rumahan (*Home-Based Business*) di Indonesia yang mempunyai bisnis di rumah. Pengumpulan ini dipenuhi dengan membagikan angket melalui *google form* dengan jumlah 150 responden. Data yang telah dikerjakan menggunakan SPSS 25.0. dibawah ini hasil dalam penelitian ini:

1. Variabel sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha. Sehingga hipotesis pertama (H1) didukung.
2. Variabel norma subjektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha. Sehingga hipotesis kedua (H2) didukung.
3. Variabel persepsi kemanfaatan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap niat berwirausaha. Sehingga hipotesis ketiga (H3) tidak didukung.
4. Variabel persepsi kemudahan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap niat berwirausaha. Sehingga hipotesis keempat (H4) tidak didukung.

5. Variabel *self-efficacy* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap niat berwirausaha. Sehingga hipotesis kelima (H5) tidak didukung.
6. Variabel lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha. Sehingga hipotesis keenam (H6) didukung.
7. Variabel niat berwirausaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan untuk melakukan Bisnis Rumahan (*Home-Based Business*). Sehingga hipotesis ketujuh (H7) didukung.

5.2 Keterbatasan Penelitian

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

1. Dalam penelitian ini hanya menjelaskan 6 variabel yaitu sikap, norma subjektif, persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan, *self-efficacy*, dan lingkungan terhadap niat berwirausaha dan keputusan untuk melakukan Bisnis Rumahan (*Home-Based Business*). Terdapat banyak kemungkinan yang terjadi pada variabel lain yang memiliki pengaruh besar terhadap niat berwirausaha Bisnis Rumahan (*Home-Based Business*).
2. Definisi serta data yang tersedia bagi pelaku Bisnis Rumahan (*Home-Based Business*) sangat sedikit dan hanya disebutkan ke dalam penduduk bekerja menurut status pekerjaan utama dan kegiatan formal dan informal di Indonesia.
3. Data dari penelitian ini hanya memakai data primer yang didapat dari beberapa responden yang memiliki bisnis di rumah melalui angket secara *online* maka terdapat responden yang kemungkinan tidak serius dalam mengisi kuesioner.

4. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelaku Bisnis Rumahan (*Home-Based Business*) di Indonesia, yang kemungkinan hasil penelitiannya dapat berbeda jika sampel yang digunakan lebih kecil.
5. Sampel dalam penelitian ini masih menggabungkan antara pelaku bisnis rumahan, baik yang menggunakan platform teknologi informasi (seperti *e-commerce*, media sosial, dan lain sejenisnya) secara aktif maupun tidak sehingga untuk penelitian selanjutnya dapat mengelompokkan pelaku usaha bisnis rumahan yang secara aktif mengadopsi teknologi informasi dalam menjalankan transaksi dan operasi bisnisnya.

5.3 Implikasi

Dari hasil penelitian ini dapat dihasilkan implikasi seperti dibawah ini:

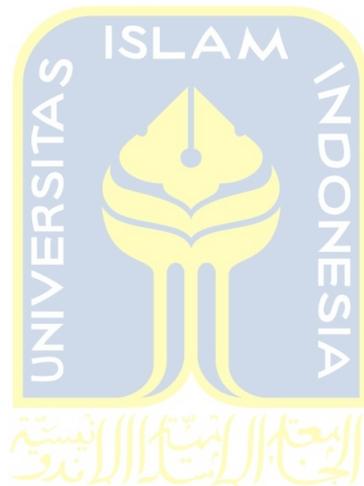
1. Bagi pelaku Bisnis Rumahan (*Home-Based Business*)

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pelaku Bisnis Berbasis Rumah (*Home Based Business*) dan yang akan menjadi wirausaha yang memiliki niat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan usaha Bisnis Rumahan (*Home-Based Business*). Menurut hasil penelitian sikap, norma subjektif, lingkungan berpengaruh positif terhadap niat berwirausaha. Dengan demikian jika pelaku Bisnis Rumahan (*Home-Based Business*).

5.4 Saran

Terdapat saran yang dapat merekomendasikan untuk penelitian masa mendatang yaitu:

1. Disarankan bagi peneliti mendatang untuk menggunakan faktor pada variabel kontrol perilaku dalam *Theory of Planned Behaviour* (TPB) dan dalam penggunaan teknologi menggunakan variabel *relative advantage* yang juga dapat digunakan untuk mengukur niat berwirausaha dan keputusan untuk melakukan Bisnis Rumahan (*Home-Based Business*).
2. Disarankan bagi peneliti mendatang untuk menggunakan penelitian yang berbeda seperti populasi, sampel dan metode untuk dapat menghasilkan yang lebih baik lagi.



DAFTAR PUSTAKA

- A Ramli, Donny Abdul Latief Poespowidjojo, Khairunnisak Ahmad Shakir. 2016. "Mengenal Bisnis Berbasis Rumah Dan Profil Pengusahanya Azahari." 5(Maret):1–21.
- Abdul Manan. 2020. "Pengaruh Self-Efficacy Dan Lingkungan Terhadap Keputusan Berwirausaha Pada Komunitas Tangan Di Atas (Tda) Kota Jambi." 3:103–11.
- Aditya, Ricky, dan Aditya Wardhana. 2016. "Pengaruh Perceived Usefulness Dan Perceived Ease Of Use Terhadap Behavioral Intention Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (Tam) Pada Pengguna Instant Messaging Line Di Indonesia." *Jurnal Siasat Bisnis* 20(1):24–32. Doi: 10.20885/Jsib.Vol20.Iss1.Art3.
- Alhothali, Ghada Talat. 2020. "Women Entrepreneurs Doing Business From Home : Motivational Factors Of Home-Based Business In Saudi Arabia." 9(1):1242–74.
- Anwar, Muhammad Naveed, dan Elizabeth M. Daniel. 2014. "Online Home Based Businesses: Systematic Literature Review dan Future Research Agenda." *Ukais International Conference On Information Systems* 1–28.
- Az-Eddine Bennani, dan Rachid Oumlil. 2014. "Acceptance Of E-Entrepreneurship By Future Entrepreneurs In Developing Countries: Case Of Morocco." *Journal Of Entrepreneurship: Research & Practice* 2014:1–10. Doi: 10.5171/2014.700742.
- Badan Pusat Statistik, 05 Mei 2021." Keadaan Ketenagakerjaan Indonesia Februari 2021
<https://acehtengahkab.bps.go.id/pressrelease/2021/05/06/90/Keadaan-Ketenagakerjaan-Februari-2021.html>
- Chaniago, Harmon, dan Abdul Malik Sayuti. 2019. "Peran Adopsi Teknologi

- Social Media Terhadap Niat Berwirausaha Mahasiswa.” *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi* 5(3):24–35. Doi: 10.35313/Jrbi.V5i3.1578.
- Dahari, Zainurin. 2019. “Key Success Factors Of Home-Based Business Among Female Entrepreneur In Saudi Arabia.” *Asia-Pacific Journal Of Business Review* 3(February):43–66.
- Fathurrohman, Iqbal. 2015. “Pengaruh Efikasi Diri, Pengambilan Risiko, Persepsi Manfaat, Dan Kemudahan Penggunaan, Serta Faktor Demografi Terhadap Intensi Berwirausaha Online.” 127.
- Gita, Tamba Anjani. 2015. “Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, Dan Perceived Enjoyment Terhadap Intensi Berwirausaha Pada Mahasiswa Dalam Memanfaatkan E-Marketplace (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik).” *Universitas Sumatera Utara* 77–37.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 25* (9th Ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hattu, Anto Piter, Rolland E. Fanggidae, dan Ni Putu Nursian. 2021. “Pengaruh Sikap Kewirausahaan, Norma Subjektif, Dan Efikasi Diri Terhadap Perilaku Berwirausaha (Studi Pada Agropreneur Di Kota Kupang).” *Business Management, Economic, dan Accounting National Seminar* 2(1):1053–69.
- Indarti, Nurul, dan Rokhima Rostiani. 2008. “Intensi Kewirausahaan Mahasiswa: Studi Perbandingan Antara Indonesia, Jepang Dan Norwegia.” *Jurnal Ekonomi & Bisnis Indonesia (Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Gadjah Mada)* 23(4):369–84. Doi: 10.22146/Jieb.6316.
- Islami, Novita Nurul. 2017. “Pengaruh Sikap Kewirausahaan, Norma Subjektif, Dan Efikasi Diri Terhadap Perilaku Berwirausaha Melalui Intensi Berwirausaha Mahasiswa.” *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan* 3(1):5. Doi: 10.26740/Jepk.V3n1.P5-20.
- Jaya, I., dan N. Seminari. 2016. “Pengaruh Norma Subjektif, Efikasi Diri, Dan

- Sikap Terhadap Intensi Berwirausaha Siswa SMKN Di Denpasar.” *None* 5(3):255356.
- Lailatus Saadah. 2016. *Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Wanita Muslim Untuk Berwirausaha (Studi Kasus Di Desa Batusari Kecamatan Mranggen Kabupaten Demak)*.
- Luc, Phan Tan. 2020. “Outcome Expectations And Social Entrepreneurial Intention: Integration Of Planned Behavior And Social Cognitive Career Theory.” *Journal Of Asian Finance, Economics And Business* 7(6):399–407. Doi: 10.13106/Jafeb.2020.Vol7.No6.399.
- Marpaung, F. K. (2015). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat dan Keputusan Pembelian Konsumen Produk Pangan Organik di Supermarket Brastagi Medan.
- Muhamad Hafil. 2015." Pekerja Rumahan, Kemiskinan Tanpa Perhatian" <https://Republika.Co.Id/Berita/Ntojkg13/Pekerja-Rumahan-Kemiskinan-Tanpa-Perhatian>
- Perdana, A. A., Hasan, A., & Rasuli, M. 2018. “Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Persepsi Kontrol Perilaku Dan Etika Terhadap Whistleblowing Intention Dan Perilaku Whistleblowing (Studi Empiris Di Bpkp Perwakilan Riau Dan Sumatera Barat).” *Jurnal Akuntansi Keuangan Dan Bisnis* 11(1):89–98.
- Primastiowati, Nur Abita. 2020. “Pengaruh Motivasi Berwirausaha, Lingkungan Keluarga Dan Ekspetasi Pendapatan Terhadap Keputusan Wanita Berwirausaha Di Kabupaten Magelang.” *Digilibadmin.Unismuh.Ac.Id*.
- Roscoe, J. T. (1975). *Fundamental Research Statistics For The Behavioural Sciences* (2nd Edition). In Holt Rinehart & Winston, New York.
- Santy, Nur, Teti Rahmawati, And Amir Hamzah. 2017. “Pengaruh Efikasi Diri, Norma Subjektif, Sikap Berperilaku Dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Intensi Berwirausaha.” *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen* 1(1):63. Doi: 10.33603/Jibm.V1i1.481.

- Sayuti, Abdul Malik, And Harmon Chaniago. 2021. "Peran Adopsi Teknologi Media Sosial Terhadap Niat Berwirausaha Mahasiswa Rekayasa Politeknik Negeri Bandung." *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi* 6(3):131–42. Doi: 10.35313/Jrbi.V6i3.2208.
- Scientific, World, Publishing Company, Muhammad Naveed Anwar, United Kingdom, Elizabeth Daniel, And Walton Hall. 2016. "The Role Of Entrepreneur-Venture Fit In Online Home-Based Entrepreneurship : A Systematic Literature Review." 24(4):419–51. Doi: 10.1142/S0218495816500151.
- Selamat, Frangky, Mei Ie, Jhanghiz Syahrivar, Chairy Chairy, And Hetty Karunia Tunjungsari. 2020. "Why I Should Run My Own Business: A Study On Female Entrepreneurs' Motivation And Business Success In Indonesia." 145(Icebm 2019):195–201. Doi: 10.2991/Aebmr.K.200626.036.
- Shih-Chih Chen, Shing-Han L, Chien-Yi L. 2011. "Recent Related Research In Technology Acceptance Model: A Literature Review." *Sistem Otot* 11(2):1–21.
- Suarsini, K. A. 2019. "Pengaruh Sikap Kewirausahaan Dan Niat Terhadap Perilaku Wirausaha Pada Usaha Mikro Di Kecamatan Buleleng." 1–8.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta Cv.
- Sukmaningrum, Swastinitya, And Mudji Rahardjo. 2017. "Faktor - Faktor Yang Memengaruhi Niat Berwirausaha Mahasiswa Menggunakan Theory Of Planned Behavior." *Diponegoro Journal Of Management* 6(3):Halaman 5.
- Sumadi, A., And E. Sulistyawati. 2017. "Pengaruh Sikap, Motivasi, Dan Lingkungan Terhadap Niat Berwirausaha." *None* 6(2):254696.
- Sumarsono, Hadi. 2013. "Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Intensi Wirausaha Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo Oleh." 11(55):62–88.

- Sunanto, Sunanto. 2019. "Pengaruh Faktor Individu Dan Lingkungan Terhadap Keputusan Mahasiswa Menjadi Wirausaha Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Pamulang." *Jurnal Ilmiah Feasible (Jif)* 1(1):1. Doi: 10.32493/Jfb.V1i1.Y2019.P1-8.
- Taufiq, M. 2018. "Pengaruh Lingkungan Sosial, Ekspektasi Pendapatan, Dan Modal Terhadap Keputusan Berwirausaha Budidaya Kelapa Kopyor." *Journal Of Visual Languages & Computing* 11(3):287–301.
- Vorley, Tim, And Peter Rodgers. 2014. "Home Is Where The Business Is: Incidents In Everyday Life And The Formation Of Home-Based Businesses." *International Small Business Journal* 32(4):428–48. Doi: 10.1177/0266242612452173.
- Widayoko. 2016. "Pengaruh Efikasi Diri, Norma Subjektif, Sikap Berperilaku, Dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta."
- Wijaya, Tony, And Universitas Gadjah Mada. 2008. "Kajian Model Empiris Perilaku Berwirausaha Ukm Diy Dan Jawa Tengah." *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan (Journal Of Management And Entrepreneurship)* 10(2):93-104–104. Doi: 10.9744/Jmk.10.2.Pp.93-104.
- Yanti, Aprilda. 2019. "Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Self Efficacy, Locus Of Control Dan Karakter Wirausaha Terhadap Minat Berwirausaha." *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen* 2(2):268–83. Doi: 10.30596/Maneggio.V2i2.3774.
- Zhang, Dake, Qiu Wang, Mickey Losinski, And Antonis Katsiyannis. 2014. "An Examination Of Preservice Teachers' Intentions To Pursue Careers In Special Education." *Journal Of Teacher Education* 65(2):156–71. Doi: 10.1177/0022487113510743.

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth

Saudara/i

Di Tempat

Dengan hormat,

Perkenalkan saya Winda Affifah Gunawan mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Islam Indonesia. Saat ini saya sedang melakukan penelitian tugas akhir mengenai “Analisis Faktor Yang Memengaruhi Niat Berwirausaha dan Keputusan Untuk Melakukan Bisnis Rumahan (*Home-Based Business*)”. Adapun kriteria responden yang dibutuhkan dalam penelitian ini yaitu:

1. Responden adalah masyarakat Indonesia.
2. Responden adalah pelaku bisnis yang memiliki bisnis rumahan.

Apabila Saudara/i memenuhi kriteria di atas saya mohon ketersediaannya untuk berpartisipasi dalam pengisian kuesioner berikut. Diperlukan dukungan dan partisipasi dari teman - teman untuk meluangkan waktu mengisi kuesioner ini dengan sejujur-jujurnya. Atas partisipasi dan kerjasama, saya ucapkan terima kasih.

Peneliti,

Winda Affifah Gunawan

17312285

KUESIONER PENELITIAN

Petunjuk: Berilah tanda (\surd) dan isilah titik-titik di bawah ini sesuai dengan kondisi saudara saat ini :

A. Identitas Responden

Nama	:			
Jenis Kelamin	:	<input type="checkbox"/> Perempuan	<input type="checkbox"/> Laki - Laki	
Umur	:	<input type="checkbox"/> <20 tahun	<input type="checkbox"/> 21-30 tahun	<input type="checkbox"/> 31-50 tahun
Pendidikan	:	<input type="checkbox"/> SD	<input type="checkbox"/> SMP	<input type="checkbox"/> SMA/SMK
		<input type="checkbox"/> D1/D2/D3/D4	<input type="checkbox"/> S1 (Sarjana)	<input type="checkbox"/> Lain-lain
Status	:	<input type="checkbox"/> Lajang	<input type="checkbox"/> Menikah	
Provinsi	:	<input type="checkbox"/> Nanggroe Aceh Darussalam	<input type="checkbox"/> Sumatra Utara	<input type="checkbox"/> Sumatra Selatan
		<input type="checkbox"/> Sumatra Barat	<input type="checkbox"/> Bengkulu	<input type="checkbox"/> Riau
		<input type="checkbox"/> Kepulauan Riau	<input type="checkbox"/> Jambi	<input type="checkbox"/> Lampung
		<input type="checkbox"/> Bangka Belitung	<input type="checkbox"/> Kalimantan Barat	<input type="checkbox"/> Kalimantan Timur
		<input type="checkbox"/> Kalimantan Selatan	<input type="checkbox"/> Kalimantan Tengah	<input type="checkbox"/> Kalimantan Utara
		<input type="checkbox"/> Banten	<input type="checkbox"/> DKI Jakarta	<input type="checkbox"/> Jawa Barat
		<input type="checkbox"/> Jawa Tengah	<input type="checkbox"/> DI Yogyakarta	<input type="checkbox"/> Jawa Timur
		<input type="checkbox"/> Bali	<input type="checkbox"/> Nusa Tenggara Barat (NTB)	<input type="checkbox"/> Gorontalo
		<input type="checkbox"/> Sulawesi Barat	<input type="checkbox"/> Sulawesi Tengah	<input type="checkbox"/> Sulawesi Tenggara
		<input type="checkbox"/> Sulawesi Utara	<input type="checkbox"/> Sulawesi Selatan	<input type="checkbox"/> Maluku

	<input type="checkbox"/> Maluku Utara	<input type="checkbox"/> Maluku Barat	<input type="checkbox"/> Papua
Jenis Bisnis :	<input type="checkbox"/> Kerajinan	<input type="checkbox"/> Produk tekstil dan kulit	<input type="checkbox"/> Produksi makanan dan minuman
	<input type="checkbox"/> Produksi kayu, rotan, dan bambu	<input type="checkbox"/> Pakaian jadi (menjahit baju)	<input type="checkbox"/> Kecantikan (salon dll)
	<input type="checkbox"/> Professional, konsultan atau training (psikologi, pelatihan komputer)	<input type="checkbox"/> Furnitur (kursi, meja, dan lemari)	<input type="checkbox"/> Manufaktur lain
Berapa lama bisnis anda telah beroperasi :	<input type="checkbox"/> < 1 tahun	<input type="checkbox"/> 1 - 3 tahun	<input type="checkbox"/> > 3 tahun
Jumlah Karyawan :	<input type="checkbox"/> Tidak ada karyawan	<input type="checkbox"/> 1 - 5 orang	<input type="checkbox"/> 6 - 10 orang
	<input type="checkbox"/> > 10 orang		

B. Daftar Pertanyaan

Saudara/i cukup memberikan tanda (\checkmark) pada pilihan jawaban yang tersedia (rentang 1 sampai 6) sesuai pendapat Saudara/i. Setiap pernyataan hanya membutuhkan satu jawaban. Setiap angka mewakili tingkat kesesuaian dengan pendapat Saudara/i.

- 1 = Sangat Tidak Setuju
- 2 = Tidak Setuju
- 3 = Agak Tidak Setuju
- 4 = Agak Setuju
- 5 = Setuju
- 6 = Sangat Setuju

KUESIONER PENELITIAN

Sikap							
No	Pertanyaan	1	2	3	4	5	6
1	Saya suka mengamati dan mencari peluang usaha						
2	Saya mempunyai pemikiran yang kreatif						
3	Saya merasa memiliki jiwa kepemimpinan						
4	Saya merasa memiliki rasa tanggung jawab						
5	Saya suka menghadapi risiko atau tantangan						

Norma Subjektif							
No	Pertanyaan	1	2	3	4	5	6
1	Keluarga mendukung saya untuk berwirausaha						
2	Teman-teman mendukung saya untuk berwirausaha						
3	Para pengusaha sukses memotivasi saya untuk memulai wirausaha						

Persepsi kemanfaatan							
No	Pertanyaan	1	2	3	4	5	6
1	Menggunakan internet dalam pekerjaan saya dapat menyelesaikan dengan cepat						
2	Menggunakan internet bisa meningkatkan peforma saya dalam berwirausaha						
3	Menggunakan internet bisa menambah keefektifan saya dalam berwirausaha						

Persepsi kemudahan							
No	Pertanyaan	1	2	3	4	5	6
1	Menggunakan internet memudahkan saya untuk memulai usaha						

2	Saya merasa mudah dalam menggunakan internet untuk mendapatkan informasi tentang apa yang saya inginkan						
3	Saya merasa internet sangat fleksibel untuk digunakan						

Self-efficacy							
No	Pertanyaan	1	2	3	4	5	6
1	Saya merasa percaya diri untuk mengelola usaha						
2	Saya memiliki keterampilan kepemimpinan yang dibutuhkan untuk menjadi seorang wirausahawan						
3	Saya memiliki mental yang kuat untuk memulai menjadi seorang wirausahawan.						

Lingkungan							
No	Pertanyaan	1	2	3	4	5	6
1	Saya memiliki akses kepada modal untuk mulai menjadi wirausahawan						
2	Saya memiliki jaringan sosial yang bagus yang dapat dimanfaatkan ketika saya memutuskan untuk menjadi seorang wirausahawan						
3	Saya memiliki akses terhadap informasi saat mulai menjadi seorang wirausahawan						

Niat Berwirausaha							
No	Pertanyaan	1	2	3	4	5	6
1	Saya memilih karier sebagai seorang wirausahawan						
2	Saya melakukan perencanaan untuk memulai usaha						
3	Saya dapat meningkatkan status sosial sebagai wirausaha						

4	Saya siap melakukan apa saja untuk menjadi wirausaha						
5	Saya bersungguh-sungguh untuk memulai usaha						

Keputusan Berwirausaha							
No	Pertanyaan	1	2	3	4	5	6
1	Saya memiliki keyakinan dengan berwirausaha Bisnis Rumahan (Home-Based Business) yang akan meningkatkan kesejahteraan keluarga						
2	Saya pernah mengelola usaha yang saya geluti sekarang ini						
3	Dengan membuka usaha Bisnis Rumahan (Home-Based Business) maka saya telah menciptakan lapangan kerja baru bagi diri saya dan orang lain						
4	Keluarga memberikan dukungan penuh dalam menjalankan usaha Bisnis Rumahan (Home-Based Business)						
5	Dengan berwirausaha berwirausaha Bisnis Rumahan (Home-Based Business) saya tidak perlu lagi menjadi anak buah seseorang dan tidak takut untuk dimarahi oleh atasan						

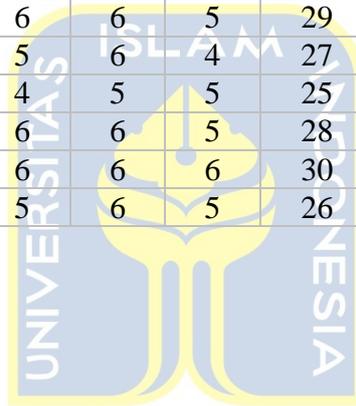
LAMPIRAN 2 TABULASI DATA

No	Sikap						Norma Subjektif			
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Total	X2.1	X2.2	X2.3	Total
1	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15
2	6	6	6	6	6	30	6	6	6	18
3	6	5	4	6	5	26	4	6	5	15
4	6	5	5	6	6	28	6	6	6	18
5	5	4	5	5	4	23	5	5	5	15
6	5	5	5	5	5	25	6	5	6	17
7	6	5	5	5	4	25	5	5	5	15
8	6	6	6	6	6	30	6	6	6	18
9	6	6	6	6	6	30	6	6	6	18
10	6	5	5	5	5	26	5	5	4	14
11	6	6	5	5	5	27	6	6	6	18
12	6	5	6	6	6	29	6	6	6	18
13	6	5	4	6	5	25	5	4	6	15
14	6	6	6	6	6	30	5	5	6	16
15	6	6	6	6	6	30	5	4	4	13
16	6	6	6	6	6	30	5	4	4	13
17	5	5	4	6	5	25	6	6	5	17
18	6	6	6	6	6	30	6	6	6	18
19	5	5	5	5	5	25	6	5	5	16
20	6	6	6	6	5	29	6	6	6	18
21	6	5	5	6	5	27	5	5	5	15
22	6	5	5	6	5	27	5	5	5	15
23	6	5	5	5	6	27	5	6	6	17
24	6	6	6	6	6	30	6	6	6	18
25	6	6	6	6	6	30	6	6	6	18
26	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15
27	6	6	6	6	6	30	6	6	6	18
28	6	6	6	6	6	30	6	6	6	18
29	6	6	5	6	5	28	6	4	4	14
30	6	5	5	5	5	26	6	6	6	18
31	4	3	4	3	4	18	3	4	3	10
32	6	5	5	5	5	26	5	5	6	16
33	6	6	6	6	6	30	6	6	6	18
34	6	5	5	5	4	25	6	4	6	16
35	5	5	6	6	5	27	6	5	6	17
36	5	4	4	6	5	24	6	6	6	18
37	5	4	4	5	2	20	6	6	6	18
38	5	5	5	5	5	25	3	3	6	12
39	6	6	6	6	6	30	4	6	6	16
40	6	6	6	6	6	30	6	6	6	18
41	6	5	4	6	5	26	6	5	5	16

42	6	5	5	6	5	27	6	6	5	17
43	6	6	6	6	6	30	6	6	6	18
44	6	6	6	6	6	30	6	6	6	18
45	6	6	6	6	6	30	6	6	6	18
46	5	5	5	5	5	25	6	6	5	17
47	6	6	5	5	5	27	6	5	5	16
48	6	5	4	6	5	26	6	6	6	18
49	4	5	5	6	4	24	5	5	3	13
50	6	6	6	6	6	30	6	6	6	18
51	6	5	5	6	6	28	6	6	6	18
52	6	5	5	5	5	26	6	5	6	17
53	4	6	5	6	4	25	6	6	5	17
54	4	5	5	5	5	24	6	6	6	18
55	6	5	5	6	6	28	6	6	6	18
56	6	6	5	5	6	28	6	6	6	18
57	6	6	6	6	6	30	6	6	6	18
58	6	5	5	5	5	26	5	5	5	15
59	6	6	6	6	6	30	6	6	6	18
60	6	5	6	5	6	28	5	5	6	16
61	6	5	6	6	6	29	6	6	6	18
62	5	4	4	5	5	23	5	5	4	14
63	6	6	6	6	6	30	6	6	6	18
64	6	5	4	4	5	24	5	5	3	13
65	5	4	4	6	6	25	6	4	6	16
66	5	5	5	6	5	26	5	6	6	17
67	6	5	3	5	4	23	6	6	6	18
68	6	6	6	6	6	30	6	6	6	18
69	4	4	4	4	3	19	5	4	4	13
70	6	6	6	6	1	25	6	6	6	18
71	6	5	5	5	5	26	6	6	6	18
72	5	4	5	5	5	24	5	5	6	16
73	4	4	4	5	3	20	5	5	5	15
74	5	5	4	4	6	24	4	6	5	15
75	5	4	5	6	6	26	5	6	4	15
76	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15
77	5	6	5	6	5	27	6	6	6	18
78	5	4	2	6	4	21	5	5	5	15
79	6	6	6	6	6	30	6	6	6	18
80	6	6	6	6	6	30	6	6	6	18
81	6	4	4	4	6	24	6	5	6	17
82	5	6	5	6	5	27	6	6	5	17
83	5	5	5	6	5	26	4	4	4	12
84	5	3	4	6	4	22	5	5	5	15
85	4	3	3	5	6	21	5	5	5	15

86	5	4	5	6	4	24	4	6	5	15
87	6	6	5	6	5	28	6	6	6	18
88	6	5	5	6	6	28	6	6	6	18
89	6	6	6	6	6	30	6	6	5	17
90	6	6	5	6	5	28	6	5	5	16
91	5	4	4	6	5	24	6	6	6	18
92	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15
93	6	5	5	6	6	28	4	3	4	11
94	6	5	6	6	5	28	5	3	6	14
95	6	6	6	6	6	30	6	5	4	15
96	4	4	4	5	3	20	5	5	5	15
97	6	5	6	6	6	29	6	5	5	16
98	6	5	6	6	6	29	6	6	6	18
99	6	4	4	6	6	26	6	6	2	14
100	5	5	4	5	4	23	5	5	5	15
101	6	6	5	5	5	27	6	6	6	18
102	5	5	5	6	5	26	6	6	5	17
103	5	5	5	5	5	25	6	6	6	18
104	4	3	4	4	4	19	4	4	4	12
105	6	4	6	6	6	28	6	6	6	18
105	6	6	6	6	5	29	5	6	4	15
107	6	6	6	6	6	30	6	5	4	15
108	5	6	5	6	6	28	6	5	6	17
109	5	3	5	6	3	22	4	5	4	13
110	6	6	6	6	5	29	6	6	6	18
111	6	6	6	6	6	30	6	6	3	15
112	6	5	6	6	6	29	6	6	4	16
113	5	6	5	5	5	26	6	6	6	18
114	5	5	6	5	6	27	5	5	6	16
115	6	5	6	5	6	28	6	6	6	18
116	6	6	5	6	5	28	5	5	4	14
117	6	5	6	6	6	29	6	6	6	18
118	6	5	5	6	6	28	6	6	6	18
119	5	4	4	5	4	22	6	6	6	18
120	6	6	6	6	6	30	6	6	6	18
121	6	5	5	6	6	28	6	6	6	18
122	4	3	3	4	3	17	6	6	4	16
123	5	6	5	6	5	27	6	5	5	16
124	4	3	4	5	3	19	6	4	2	12
125	5	4	5	5	5	24	5	5	5	15
126	6	5	6	6	6	29	6	6	4	16
127	6	6	5	6	6	29	6	6	5	17
128	6	6	6	5	5	28	4	5	5	14
129	6	5	6	5	5	27	5	4	6	15

130	6	5	6	5	5	27	5	5	6	16
131	6	5	5	5	5	26	6	5	5	16
132	5	5	5	6	4	25	5	5	5	15
133	4	5	5	5	5	24	4	4	4	12
134	6	5	5	6	5	27	6	6	6	18
135	6	5	5	6	5	27	6	5	4	15
136	6	5	5	5	5	26	5	5	4	14
137	6	6	6	6	6	30	6	6	6	18
138	6	6	6	6	6	30	6	6	6	18
139	6	5	5	6	5	27	6	6	6	18
140	5	4	3	6	3	21	6	6	6	18
141	6	6	5	6	6	29	6	6	6	18
142	6	6	6	6	6	30	6	6	6	18
143	6	6	4	4	5	25	6	6	6	18
144	6	6	6	6	6	30	5	6	6	17
145	6	6	6	6	5	29	6	5	5	16
146	6	6	5	6	4	27	6	6	6	18
147	6	5	4	5	5	25	5	6	5	16
148	5	6	6	6	5	28	6	6	6	18
149	6	6	6	6	6	30	6	6	6	18
150	5	5	5	6	5	26	6	5	5	16



No	Persepsi Kemanfaatan				Persepsi Kemudahan			
	X3.1	X3.2	X3.3	Total	X4.1	X4.2	X4.3	Total
1	5	5	5	15	5	5	5	15
2	5	5	6	16	5	5	6	16
3	5	6	6	17	5	6	6	17
4	5	5	5	15	5	5	5	15
5	6	6	6	18	6	6	6	18
6	3	5	4	12	3	5	4	12
7	4	4	4	12	4	4	4	12
8	5	5	6	16	5	5	6	16
9	6	6	6	18	6	6	6	18
10	5	6	6	17	5	6	6	17
11	6	6	6	18	6	6	6	18
12	6	6	6	18	6	6	6	18
13	4	5	5	14	4	5	5	14
14	6	6	6	18	6	6	6	18
15	5	5	5	15	5	6	6	17
16	5	5	5	15	5	5	5	15

17	6	6	6	18	6	6	6	18
18	6	6	6	18	6	6	6	18
19	6	6	6	18	6	6	6	18
20	6	6	6	18	6	6	6	18
21	5	5	5	15	5	5	5	15
22	4	4	4	12	4	4	4	12
23	5	5	6	16	5	5	6	16
24	6	6	6	18	6	6	6	18
25	6	6	6	18	6	6	6	18
26	5	5	5	15	5	5	5	15
27	6	6	6	18	6	6	6	18
28	4	4	5	13	4	4	5	13
29	5	5	5	15	5	5	5	15
30	6	6	6	18	6	6	6	18
31	3	5	4	12	4	4	4	12
32	6	6	6	18	6	6	6	18
33	6	6	6	18	6	6	6	18
34	6	5	6	17	6	4	5	15
35	6	6	6	18	6	6	6	18
36	6	6	6	18	5	6	5	16
37	5	6	6	17	6	6	6	18
38	6	6	6	18	6	6	6	18
39	6	6	6	18	6	6	6	18
40	6	6	6	18	6	5	6	17
41	6	5	6	17	6	6	6	18
42	5	5	5	15	6	5	5	16
43	6	6	6	18	6	6	6	18
44	6	6	6	18	6	6	6	18
45	6	6	6	18	6	6	6	18
46	6	5	5	16	5	5	5	15
47	4	5	6	15	6	6	6	18
48	6	6	6	18	6	6	6	18
49	5	4	6	15	5	5	5	15
50	6	6	6	18	6	6	6	18
51	6	6	6	18	6	6	6	18
52	5	6	6	17	5	5	6	16
53	5	6	5	16	5	6	6	17
54	5	6	5	16	6	5	5	16
55	6	6	6	18	6	6	6	18
56	5	5	5	15	5	5	5	15
57	6	6	6	18	1	1	1	3
58	6	6	6	18	6	6	6	18
59	4	4	6	14	4	6	6	16
60	5	5	5	15	5	6	5	16

61	6	6	5	17	6	5	5	16
62	6	5	5	16	5	5	6	16
63	6	6	6	18	6	6	6	18
64	5	5	5	15	6	6	6	18
65	6	6	6	18	6	6	6	18
66	6	6	6	18	6	6	2	14
67	3	5	6	14	5	5	5	15
68	6	6	6	18	6	6	6	18
69	6	6	6	18	6	6	6	18
70	6	6	6	18	6	6	6	18
71	6	6	6	18	6	6	5	17
72	5	5	5	15	5	5	5	15
73	5	4	5	14	5	6	5	16
74	6	5	5	16	6	6	5	17
75	6	6	5	17	5	6	5	16
76	5	5	5	15	5	5	5	15
77	6	6	6	18	6	6	6	18
78	5	5	5	15	5	5	5	15
79	6	6	6	18	6	6	6	18
80	6	6	6	18	6	6	6	18
81	5	6	6	17	5	6	6	17
82	6	6	6	18	6	6	6	18
83	5	5	5	15	5	5	5	15
84	6	6	6	18	6	6	5	17
85	4	5	4	13	4	5	4	13
86	6	5	4	15	3	5	5	13
87	5	6	6	17	6	5	6	17
88	6	6	6	18	6	6	6	18
89	3	6	5	14	3	3	3	9
90	6	6	6	18	5	5	5	15
91	6	6	6	18	6	6	6	18
92	5	5	5	15	5	6	6	17
93	6	6	6	18	6	6	6	18
94	6	6	6	18	6	6	6	18
95	5	6	6	17	5	6	6	17
96	4	5	5	14	5	6	6	17
97	5	6	6	17	5	6	5	16
98	4	4	6	14	4	5	5	14
99	1	2	5	8	5	6	6	17
100	5	5	5	15	6	6	6	18
101	6	6	6	18	6	6	6	18
102	6	6	6	18	6	6	6	18
103	5	6	6	17	6	6	6	18
104	4	3	4	11	4	3	4	11

105	6	6	6	18	6	6	6	18
105	5	5	5	15	5	5	5	15
107	6	6	6	18	6	6	6	18
108	6	6	6	18	6	6	6	18
109	6	6	6	18	6	6	6	18
110	6	6	6	18	6	5	6	17
111	1	1	2	4	4	6	6	16
112	6	6	6	18	6	6	6	18
113	4	4	6	14	5	5	5	15
114	5	5	5	15	6	5	6	17
115	6	6	5	17	6	6	6	18
116	6	5	5	16	5	5	6	16
117	6	6	6	18	5	6	6	17
118	6	6	6	18	6	6	6	18
119	6	6	6	18	6	6	6	18
120	6	6	6	18	6	6	6	18
121	6	6	6	18	6	6	6	18
122	4	5	4	13	4	5	5	14
123	5	5	5	15	5	5	5	15
124	5	5	5	15	6	5	5	16
125	5	4	6	15	5	5	5	15
126	5	5	5	15	6	6	6	18
127	6	6	6	18	6	6	6	18
128	5	5	5	15	5	5	5	15
129	6	5	5	16	5	6	5	16
130	5	6	6	17	6	6	6	18
131	6	5	5	16	5	4	6	15
132	5	5	6	16	5	6	6	17
133	6	5	5	16	4	5	5	14
134	6	6	6	18	5	6	6	17
135	5	5	5	15	6	6	5	17
136	6	6	6	18	5	5	5	15
137	6	6	6	18	6	6	6	18
138	5	5	5	15	6	4	6	16
139	6	6	6	18	6	6	6	18
140	5	6	6	17	6	6	6	18
141	5	5	5	15	5	6	6	17
142	6	6	6	18	6	6	6	18
143	6	6	6	18	6	6	6	18
144	6	6	6	18	6	5	6	17
145	5	5	5	15	5	5	5	15
146	6	6	6	18	6	6	6	18
147	5	5	6	16	6	6	6	18
148	6	6	6	18	6	6	6	18

149	6	6	6	18	6	6	6	18
150	6	6	6	18	6	6	6	18

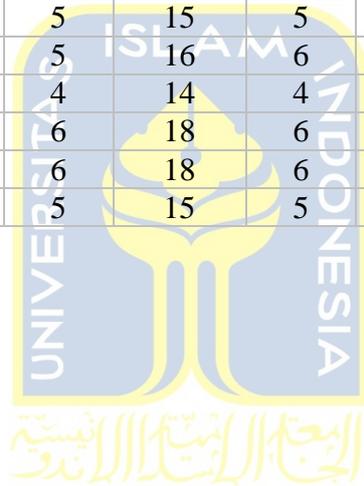


No	<i>Self-efficacy</i>				Lingkungan			
	X5.1	X5.2	X5.3	Total	X6.1	X6.2	X6.3	Total
1	5	5	5	15	5	5	5	15
2	5	5	6	16	5	6	5	16
3	5	4	4	13	5	4	5	14
4	6	6	6	18	5	6	6	17
5	5	5	5	15	5	4	5	14
6	5	5	5	15	3	4	4	11
7	5	5	5	15	3	5	5	13
8	5	6	6	17	6	5	5	16
9	6	6	6	18	5	6	6	17
10	6	6	6	18	6	6	6	18
11	5	5	5	15	5	5	6	16
12	6	6	6	18	5	5	5	15
13	4	4	4	12	4	4	5	13
14	5	5	5	15	4	5	6	15
15	6	5	5	16	4	5	4	13
16	6	5	5	16	4	5	4	13
17	4	3	3	10	4	4	4	12
18	6	6	6	18	6	6	6	18
19	5	5	6	16	6	6	5	17
20	6	6	6	18	4	6	5	15
21	5	5	5	15	5	5	6	16
22	5	5	5	15	5	5	5	15
23	5	5	5	15	5	6	6	17
24	5	5	5	15	5	5	5	15
25	6	6	6	18	6	6	6	18
26	5	5	5	15	5	5	5	15
27	6	6	6	18	5	5	5	15
28	6	6	6	18	3	6	3	12
29	6	6	6	18	5	5	5	15
30	6	6	6	18	6	6	6	18
31	4	4	4	12	5	4	4	13
32	5	5	6	16	4	6	5	15
33	6	6	6	18	6	6	6	18
34	5	5	5	15	4	4	5	13
35	5	5	5	15	5	5	5	15
36	5	4	6	15	5	5	6	16
37	5	5	4	14	2	2	2	6
38	6	5	5	16	4	6	5	15
39	6	6	6	18	5	6	6	17
40	6	6	6	18	5	5	5	15
41	6	5	6	17	5	5	5	15

42	6	5	6	17	5	4	5	14
43	6	6	6	18	5	6	6	17
44	6	6	5	17	5	6	5	16
45	6	6	6	18	6	6	6	18
46	5	5	5	15	5	5	5	15
47	5	5	5	15	4	5	5	14
48	6	5	5	16	5	6	6	17
49	6	6	5	17	6	5	4	15
50	6	6	6	18	5	6	6	17
51	6	6	6	18	5	5	5	15
52	5	5	5	15	6	5	5	16
53	5	6	5	16	3	3	4	10
54	5	5	5	15	4	4	5	13
55	6	5	6	17	4	5	6	15
56	6	5	5	16	2	5	5	12
57	6	6	6	18	6	6	6	18
58	5	5	5	15	5	5	5	15
59	6	6	6	18	6	6	6	18
60	6	6	5	17	5	5	5	15
61	5	6	5	16	5	5	5	15
62	5	4	5	14	4	5	5	14
63	6	6	6	18	6	6	6	18
64	6	5	5	16	3	5	5	13
65	4	4	5	13	4	4	4	12
66	6	5	6	17	5	6	6	17
67	6	3	6	15	6	6	6	18
68	6	6	6	18	6	6	6	18
69	4	4	4	12	4	4	4	12
70	6	6	6	18	6	6	6	18
71	5	5	4	14	6	6	6	18
72	4	5	4	13	3	4	4	11
73	5	4	4	13	5	4	4	13
74	4	4	4	12	5	5	5	15
75	5	5	4	14	4	4	4	12
76	4	5	4	13	4	4	4	12
77	5	5	5	15	5	6	5	16
78	4	3	4	11	5	4	4	13
79	6	6	6	18	2	6	6	14
80	5	5	5	15	5	5	5	15
81	6	3	6	15	5	4	6	15
82	6	6	6	18	4	5	4	13
83	5	5	5	15	4	5	5	14
84	5	4	4	13	4	4	4	12
85	4	3	4	11	4	4	4	12

86	5	6	4	15	6	3	4	13
87	6	6	6	18	6	6	6	18
88	5	6	6	17	4	6	5	15
89	6	6	6	18	3	6	6	15
90	5	5	6	16	5	5	5	15
91	5	5	3	13	5	5	5	15
92	5	5	5	15	5	5	5	15
93	6	6	6	18	4	6	6	16
94	5	5	6	16	3	3	5	11
95	5	4	5	14	5	4	4	13
96	5	4	4	13	2	4	5	11
97	5	6	6	17	5	5	5	15
98	6	6	6	18	6	1	5	12
99	6	4	4	14	1	4	4	9
100	5	4	4	13	4	5	5	14
101	5	5	5	15	5	4	4	13
102	6	6	6	18	5	6	6	17
103	6	5	6	17	6	6	6	18
104	4	4	4	12	4	4	4	12
105	6	6	6	18	4	4	4	12
105	6	6	6	18	4	6	6	16
107	6	5	6	17	4	4	6	14
108	5	5	5	15	5	5	5	15
109	4	5	4	13	4	4	4	12
110	6	6	4	16	6	4	3	13
111	6	6	6	18	6	6	6	18
112	5	5	4	14	3	4	6	13
113	5	5	6	16	5	5	5	15
114	6	6	6	18	6	6	6	18
115	5	5	6	16	4	5	6	15
116	6	5	5	16	5	6	6	17
117	5	5	6	16	2	3	5	10
118	6	6	4	16	5	4	4	13
119	4	5	4	13	4	4	4	12
120	6	6	6	18	5	6	5	16
121	6	5	5	16	6	6	6	18
122	4	3	3	10	4	4	4	12
123	5	5	6	16	5	5	5	15
124	4	4	4	12	3	3	3	9
125	6	5	5	16	4	4	4	12
126	6	6	6	18	6	6	6	18
127	5	5	5	15	4	4	4	12
128	5	5	5	15	4	3	4	11
129	5	5	5	15	5	4	4	13

130	6	6	6	18	6	6	6	18
131	5	5	4	14	6	5	5	16
132	5	4	4	13	4	4	5	13
133	5	6	5	16	5	4	4	13
134	6	5	5	16	4	5	6	15
135	5	5	4	14	3	4	5	12
136	5	5	5	15	4	5	4	13
137	5	5	6	16	5	5	5	15
138	4	4	6	14	6	5	6	17
139	5	5	5	15	5	5	5	15
140	4	5	5	14	5	5	5	15
141	5	5	5	15	5	4	5	14
142	6	6	6	18	3	6	6	15
143	5	5	4	14	3	3	4	10
144	6	6	6	18	5	5	6	16
145	5	5	5	15	5	5	5	15
146	6	5	5	16	6	6	6	18
147	5	5	4	14	4	5	6	15
148	6	6	6	18	6	6	6	18
149	6	6	6	18	6	6	6	18
150	5	5	5	15	5	5	5	15

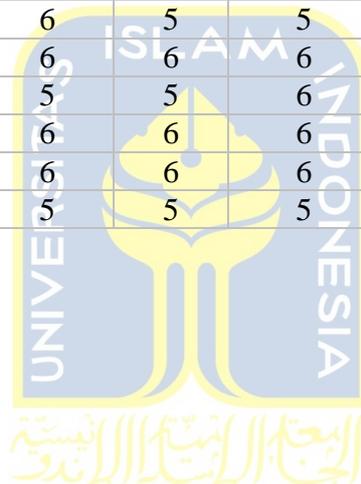


No	Niat Berwirausaha					Total
	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	
1	5	5	5	5	5	25
2	4	6	5	5	5	25
3	5	5	5	5	5	25
4	4	6	5	5	6	26
5	4	5	5	5	5	24
6	5	5	4	5	5	24
7	4	5	5	4	5	23
8	6	5	5	5	6	27
9	6	6	5	5	5	27
10	6	6	6	6	6	30
11	6	5	6	6	6	29
12	4	5	5	4	5	23
13	4	4	5	5	6	24
14	6	6	5	5	6	28
15	6	5	5	4	5	25
16	4	4	4	3	4	19
17	5	6	6	6	5	28
18	6	6	6	6	6	30
19	6	6	5	5	5	27
20	6	6	6	6	6	30
21	6	5	5	5	5	26
22	4	5	5	5	5	24
23	5	5	5	3	5	23
24	6	6	6	6	6	30
25	6	6	6	6	6	30
26	5	5	5	5	5	25
27	5	5	5	5	6	26
28	6	6	6	6	6	30
29	5	5	4	5	6	25
30	6	6	6	6	6	30
31	5	4	4	4	4	21
32	6	5	5	5	5	26
33	6	6	6	6	6	30
34	5	6	4	4	5	24
35	4	5	4	5	5	23
36	5	6	5	4	5	25
37	6	6	6	5	6	29
38	6	6	6	4	6	28
39	6	6	6	6	5	29
40	6	6	6	5	5	28
41	4	6	5	6	6	27

42	6	5	5	5	6	27
43	6	6	6	6	6	30
44	4	6	6	5	5	26
45	5	6	6	6	6	29
46	5	4	4	5	5	23
47	6	6	6	6	6	30
48	5	5	6	5	5	26
49	3	6	5	5	6	25
50	6	6	6	5	6	29
51	6	6	5	5	6	28
52	5	5	6	6	6	28
53	5	5	5	4	5	24
54	4	5	4	5	6	24
55	6	6	6	6	6	30
56	6	6	6	6	6	30
57	6	6	6	6	6	30
58	5	5	5	5	5	25
59	6	6	6	6	6	30
60	6	5	5	5	5	26
61	4	5	5	5	5	24
62	3	5	3	4	5	20
63	6	6	6	6	6	30
64	6	4	5	5	6	26
65	4	4	4	4	5	21
66	2	6	5	2	5	20
67	6	6	6	6	6	30
68	6	6	6	6	6	30
69	4	4	4	4	4	20
70	6	6	6	6	6	30
71	6	6	6	6	6	30
72	4	5	5	5	5	24
73	4	4	5	4	4	21
74	4	5	5	4	5	23
75	4	5	4	4	4	21
76	3	5	4	4	4	20
77	5	6	5	6	6	28
78	4	4	4	3	4	19
79	6	6	6	6	6	30
80	6	6	6	6	6	30
81	5	5	4	5	6	25
82	5	5	5	5	6	26
83	4	5	5	4	5	23
84	5	5	5	4	5	24
85	4	4	4	4	4	20

86	2	4	2	1	6	15
87	6	6	6	6	6	30
88	3	3	6	6	6	24
89	2	6	6	3	6	23
90	5	5	5	5	6	26
91	4	5	6	5	6	26
92	5	5	5	4	5	24
93	6	4	5	5	6	26
94	5	5	3	5	5	23
95	4	5	6	6	6	27
96	5	5	4	4	5	23
97	5	6	6	5	5	27
98	5	5	5	5	5	25
99	5	3	5	5	5	23
100	4	5	4	4	4	21
101	4	4	4	4	4	20
102	6	6	6	6	6	30
103	5	6	4	6	6	27
104	5	5	4	4	4	22
105	4	4	5	5	5	23
105	5	6	6	5	5	27
107	6	6	6	6	6	30
108	6	5	5	5	5	26
109	4	4	5	3	4	20
110	6	6	6	5	6	29
111	4	5	5	5	5	24
112	3	5	5	3	5	21
113	5	5	5	5	6	26
114	6	6	6	6	6	30
115	6	6	6	6	5	29
116	5	6	5	6	5	27
117	5	5	5	5	6	26
118	4	5	4	5	5	23
119	3	3	5	4	4	19
120	3	5	5	3	6	22
121	5	6	6	6	6	29
122	4	4	4	4	5	21
123	6	5	5	4	6	26
124	3	3	4	3	4	17
125	2	2	2	2	3	11
126	6	6	6	6	6	30
127	6	5	6	6	6	29
128	5	4	5	5	6	25
129	4	5	5	5	6	25

130	5	5	5	6	6	27
131	5	5	5	5	5	25
132	4	5	4	4	4	21
133	5	5	5	5	5	25
134	6	6	6	6	6	30
135	5	5	4	5	5	24
136	5	5	5	5	5	25
137	5	5	5	6	5	26
138	6	6	6	6	6	30
139	5	6	6	4	6	27
140	3	5	3	3	5	19
141	4	5	5	5	5	24
142	6	6	6	6	6	30
143	4	5	4	4	6	23
144	6	6	5	6	6	29
145	5	6	5	5	6	27
146	6	6	6	6	6	30
147	5	5	5	6	6	27
148	6	6	6	6	6	30
149	6	6	6	6	6	30
150	4	5	5	5	5	24



No	Keputusan					Total
	Y2.1	Y2.2	Y2.3	Y2.4	Y2.5	
1	5	5	5	5	5	25
2	6	5	6	6	6	29
3	6	5	6	5	6	28
4	6	6	5	6	5	28
5	6	5	6	5	6	28
6	5	5	5	5	5	25
7	5	4	5	5	6	25
8	6	6	6	6	6	30
9	5	5	6	5	5	26
10	5	5	5	5	6	26
11	6	6	6	6	6	30
12	5	6	5	5	5	26
13	6	5	5	5	6	27
14	5	5	6	6	6	28
15	5	6	5	6	5	27
16	5	5	6	5	5	26
17	6	6	6	6	6	30
18	6	6	6	6	6	30
19	6	5	5	6	6	28
20	6	6	6	6	6	30
21	6	6	5	6	6	29
22	6	3	5	5	6	25
23	5	6	6	5	6	28
24	5	4	5	5	5	24
25	6	6	6	6	6	30
26	5	5	5	5	5	25
27	6	6	6	6	6	30
28	6	4	6	6	6	28
29	6	6	6	6	6	30
30	6	6	6	6	6	30
31	4	4	5	3	4	20
32	6	5	4	5	6	26
33	6	6	5	6	6	29
34	6	5	6	5	6	28
35	5	3	6	6	6	26
36	5	6	5	4	6	26
37	6	6	6	6	6	30
38	6	5	6	3	6	26
39	5	6	6	6	6	29
40	6	6	5	6	5	28
41	6	6	6	6	5	29

42	5	2	5	6	6	24
43	6	6	6	5	5	28
44	6	6	6	6	6	30
45	6	6	6	6	6	30
46	5	5	5	5	5	25
47	6	6	6	6	6	30
48	6	6	6	6	6	30
49	6	5	6	6	6	29
50	5	5	6	6	6	28
51	6	6	6	6	6	30
52	6	6	5	6	5	28
53	6	5	5	5	6	27
54	5	3	5	6	5	24
55	6	5	5	6	6	28
56	6	6	6	6	6	30
57	6	6	6	6	6	30
58	5	5	5	5	5	25
59	6	6	6	6	6	30
60	6	5	6	6	6	29
61	6	6	6	6	6	30
62	5	5	5	5	4	24
63	6	6	6	6	6	30
64	6	3	5	5	5	24
65	6	5	5	6	5	27
66	6	2	6	6	2	22
67	4	6	6	4	6	26
68	6	6	6	6	6	30
69	6	6	6	6	6	30
70	6	6	6	6	6	30
71	6	3	6	6	2	23
72	4	3	5	5	5	22
73	5	4	5	5	5	24
74	5	5	5	4	5	24
75	4	5	5	4	6	24
76	5	5	4	4	4	22
77	6	5	6	6	6	29
78	5	4	5	5	5	24
79	6	2	6	6	6	26
80	5	4	5	5	5	24
81	3	5	5	5	5	23
82	5	5	5	5	5	25
83	5	5	5	4	5	24
84	5	3	6	5	6	25
85	4	5	4	4	4	21

86	3	5	5	4	6	23
87	5	6	5	6	6	28
88	6	6	6	6	6	30
89	6	1	6	6	6	25
90	5	5	6	6	6	28
91	6	5	6	6	6	29
92	5	5	5	5	5	25
93	5	1	6	4	6	22
94	6	3	3	5	6	23
95	6	5	5	6	4	26
96	5	2	6	5	6	24
97	6	5	6	6	6	29
98	6	1	6	6	5	24
99	6	4	6	6	6	28
100	5	4	5	5	5	24
101	5	2	5	6	6	24
102	6	6	6	6	6	30
103	4	6	3	6	6	25
104	4	4	4	4	4	20
105	5	5	5	5	5	25
105	6	1	6	5	6	24
107	6	6	6	6	6	30
108	5	5	5	5	5	25
109	5	3	5	5	5	23
110	6	6	6	6	6	30
111	6	6	6	6	6	30
112	6	1	4	6	6	23
113	6	6	6	6	6	30
114	6	5	6	6	1	24
115	6	6	4	5	4	25
116	5	5	6	5	6	27
117	6	2	4	4	5	21
118	6	2	6	6	5	25
119	6	3	4	5	6	24
120	6	5	5	6	5	27
121	6	6	6	6	6	30
122	6	4	4	6	5	25
123	6	6	5	5	6	28
124	5	4	4	6	5	24
125	5	3	2	2	3	15
126	6	6	6	6	6	30
127	6	5	6	6	6	29
128	5	5	4	4	4	22
129	5	6	6	4	5	26

130	6	6	5	5	6	28
131	6	5	4	5	4	24
132	4	3	4	4	4	19
133	6	5	6	4	5	26
134	6	5	6	6	6	29
135	5	2	5	5	5	22
136	5	5	5	5	5	25
137	5	6	5	5	6	27
138	6	6	6	6	6	30
139	5	5	6	6	6	28
140	3	3	6	6	3	21
141	5	5	5	5	5	25
142	6	6	6	6	4	28
143	5	5	5	5	4	24
144	5	6	5	5	5	26
145	5	5	6	6	6	28
146	6	6	6	6	6	30
147	6	5	5	5	5	26
148	6	6	6	6	6	30
149	6	6	6	6	6	30
150	5	2	5	5	5	22



LAMPIRAN 3 KARAKTERISTIK RESPONDEN

1. Usia

		Umur		Valid Percent	Cumulative Percent
		Frequency	Percent		
Valid	<20 tahun	11	7,3	7,3	7,3
	21-30 tahun	66	44,0	44,0	51,3
	30-50 tahun	73	48,7	48,7	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

2. Jenis Kelamin

		JenisKelamin		Valid Percent	Cumulative Percent
		Frequency	Percent		
Valid	Laki - Laki	36	24,0	24,0	24,0
	Perempuan	114	76,0	76,0	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

3. Provinsi

		Provinsi		Valid Percent	Cumulative Percent
		Frequency	Percent		
Valid	Banten	2	1,3	1,3	1,3
	DI Yogyakarta	25	16,7	16,7	18,0
	DKI Jakarta	2	1,3	1,3	19,3
	Jawa Barat	79	52,7	52,7	72,0
	Jawa Tengah	25	16,7	16,7	88,7
	Jawa Timur	3	2,0	2,0	90,7
	Kaliantan Timur	1	,7	,7	91,3
	Lampung	1	,7	,7	92,0
	Nanggroe Aceh Darussalam	1	,7	,7	92,7
	Nusa Tenggara Barat (NTB)	9	6,0	6,0	98,7

Papua	1	,7	,7	99,3
Sumatra Selatan	1	,7	,7	100,0
Total	150	100,0	100,0	

3. Pendidikan

		Pendidikan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SD	2	1,3	1,3	1,3
	SMP	4	2,7	2,7	4,0
	SMA	49	32,7	32,7	36,7
	D1/D2/D3/D4	18	12,0	12,0	48,7
	S1	75	50,0	50,0	98,7
	S2	2	1,3	1,3	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

4. Status

		Status			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Lajang	74	49,3	49,3	49,3
	Menikah	76	50,7	50,7	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

5. Berapa Lama Bisnis Berjalan

		TahunBisnis			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<1 tahun	38	25,3	25,3	25,3
	1-3 tahun	49	32,7	32,7	58,0
	>3 tahun	63	42,0	42,0	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

6. Jenis Bisnis

		JenisBisnis			
		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kerajinan	8	5,3	5,3	5,3
	Produksi tekstil dan kulit	1	,7	,7	6,0
	Produksi makanan dan minuman	67	44,7	44,7	50,7
	Produksi kayu, rotan, dan bambu	1	,7	,7	51,3
	Pakaian jadi (menjahit baju)	18	12,0	12,0	63,3
	Kecantikan (salon dll)	10	6,7	6,7	70,0
	Professional, konsultan atau training (psikologi, pelatihan komputer)	2	1,3	1,3	71,3
	Furnitur (kursi, meja, dan lemari)	2	1,3	1,3	72,7
	Manufaktur lain	41	27,3	27,3	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

7. Jumlah Karyawan

		JumlahKaryawan			
		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak ada karyawan	95	63,3	63,3	63,3
	1 - 5 orang	42	28,0	28,0	91,3
	6 - 10 orang	7	4,7	4,7	96,0
	> 10 orang	6	4,0	4,0	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

LAMPIRAN 4 HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

1. Sikap

		Correlations					
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Sikap
X1.1	Pearson Correlation	1	,537**	,385*	,484**	,464**	,667**
	Sig. (2-tailed)		,002	,036	,007	,010	,000
	N	30	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	,537**	1	,704**	,590**	,664**	,873**
	Sig. (2-tailed)	,002		,000	,001	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	,385*	,704**	1	,497**	,672**	,839**
	Sig. (2-tailed)	,036	,000		,005	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson Correlation	,484**	,590**	,497**	1	,611**	,773**
	Sig. (2-tailed)	,007	,001	,005		,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30
X1.5	Pearson Correlation	,464**	,664**	,672**	,611**	1	,863**
	Sig. (2-tailed)	,010	,000	,000	,000		,000
	N	30	30	30	30	30	30
Sikap	Pearson Correlation	,667**	,873**	,839**	,773**	,863**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30	30

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,863	5

2. Norma Subjektif

		Correlations			NormaSubjektif
		X2.1	X2.2	X2.3	
X2.1	Pearson Correlation	1	,451*	,386*	,727**
	Sig. (2-tailed)		,012	,035	,000
	N	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	,451*	1	,551**	,841**
	Sig. (2-tailed)	,012		,002	,000
	N	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	,386*	,551**	1	,831**
	Sig. (2-tailed)	,035	,002		,000
	N	30	30	30	30
NormaSubjektif	Pearson Correlation	,727**	,841**	,831**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,720	3

3. Persepsi Kemanfaatan

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	P.Kemanfaatan
X3.1	Pearson Correlation	1	,806**	,821**	,943**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	30	30	30	30
X3.2	Pearson Correlation	,806**	1	,825**	,931**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	30	30	30	30
X3.3	Pearson Correlation	,821**	,825**	1	,937**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	30	30	30	30
P.Kemanfaatan	Pearson Correlation	,943**	,931**	,937**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,926	3

4. Persepsi Kemudahan

		Correlations			P.Kemudaha n
		X4.1	X4.2	X4.3	
X4.1	Pearson Correlation	1	,751**	,710**	,918**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	30	30	30	30
X4.2	Pearson Correlation	,751**	1	,767**	,912**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	30	30	30	30
X4.3	Pearson Correlation	,710**	,767**	1	,898**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	30	30	30	30
P.Kemudaha n	Pearson Correlation	,918**	,912**	,898**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,887	3

5. Self-efficacy

Correlations

		X5.1	X5.2	X5.3	SelfEfficacy
X5.1	Pearson Correlation	1	,834**	,800**	,915**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	30	30	30	30
X5.2	Pearson Correlation	,834**	1	,910**	,969**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	30	30	30	30
X5.3	Pearson Correlation	,800**	,910**	1	,959**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	30	30	30	30
SelfEfficacy	Pearson Correlation	,915**	,969**	,959**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,940	3

6. Lingkungan

		Correlations			
		X6.1	X6.2	X6.3	Lingkungan
X6.1	Pearson Correlation	1	,386*	,622**	,860**
	Sig. (2-tailed)		,035	,000	,000
	N	30	30	30	30
X6.2	Pearson Correlation	,386*	1	,368*	,706**
	Sig. (2-tailed)	,035		,046	,000
	N	30	30	30	30
X6.3	Pearson Correlation	,622**	,368*	1	,830**
	Sig. (2-tailed)	,000	,046		,000
	N	30	30	30	30
Lingkungan	Pearson Correlation	,860**	,706**	,830**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,720	3

7. Niat Berwirausaha

		Correlations					NiatBerwirausaha
		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	
Y1.1	Pearson Correlation	1	,532**	,517**	,592**	,482**	,797**
	Sig. (2-tailed)		,002	,003	,001	,007	,000
	N	30	30	30	30	30	30
Y1.2	Pearson Correlation	,532**	1	,638**	,608**	,427*	,782**
	Sig. (2-tailed)	,002		,000	,000	,019	,000
	N	30	30	30	30	30	30
Y1.3	Pearson Correlation	,517**	,638**	1	,706**	,553**	,832**
	Sig. (2-tailed)	,003	,000		,000	,002	,000
	N	30	30	30	30	30	30
Y1.4	Pearson Correlation	,592**	,608**	,706**	1	,646**	,885**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,000		,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30
Y1.5	Pearson Correlation	,482**	,427*	,553**	,646**	1	,749**
	Sig. (2-tailed)	,007	,019	,002	,000		,000
	N	30	30	30	30	30	30
NiatBerwirausaha	Pearson Correlation	,797**	,782**	,832**	,885**	,749**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30	30

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,863	5

8. Keputusan

		Correlations					Keputusan
		Y2.1	Y2.2	Y2.3	Y2.4	Y2.5	
Y2.1	Pearson Correlation	1	,227	,384*	,600**	,653**	,746**
	Sig. (2-tailed)		,229	,036	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30
Y2.2	Pearson Correlation	,227	1	,336	,530**	,065	,693**
	Sig. (2-tailed)	,229		,070	,003	,732	,000
	N	30	30	30	30	30	30
Y2.3	Pearson Correlation	,384*	,336	1	,396*	,455*	,693**
	Sig. (2-tailed)	,036	,070		,031	,012	,000
	N	30	30	30	30	30	30
Y2.4	Pearson Correlation	,600**	,530**	,396*	1	,408*	,815**
	Sig. (2-tailed)	,000	,003	,031		,025	,000
	N	30	30	30	30	30	30
Y2.5	Pearson Correlation	,653**	,065	,455*	,408*	1	,645**
	Sig. (2-tailed)	,000	,732	,012	,025		,000
	N	30	30	30	30	30	30
Keputusan	Pearson Correlation	,746**	,693**	,693**	,815**	,645**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,740	5

LAMPIRAN 5 HASIL UJI ASUMSI KLASIK

1. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		150
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,21085358
Most Extreme Differences	Absolute	,058
	Positive	,041
	Negative	-,058
Test Statistic		,058
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

2. Hasil Uji Multiklinearitas

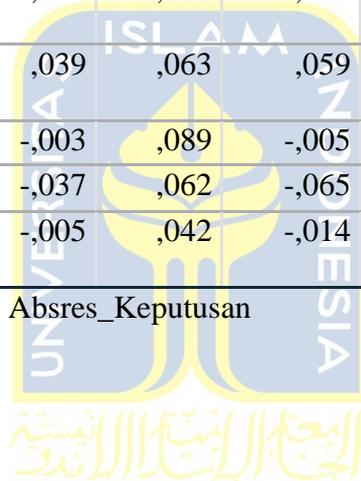
Model		Coefficients ^a		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients	Std. Error				Beta	Tolerance
1	(Constant)	8,635	2,260		3,821	,000		
	Sikap	,044	,095	,044	,461	,646	,433	2,310
	NormaSubjektif	,239	,122	,149	1,956	,052	,671	1,489
	PersepsiKemampuan	-,074	,109	-,053	-,676	,500	,649	1,542
	PersepsiKemudahan	,090	,106	,063	,854	,395	,720	1,389
	SelfEfficacy	,052	,148	,035	,354	,724	,409	2,446
	Lingkungan	,092	,103	,073	,893	,373	,593	1,687
	NiatBerwirausaha	,404	,069	,491	5,819	,000	,550	1,817

a. Dependent Variable: Keputusan

8. Hasil Uji Heteroskedastisitas

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients				
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	3,939	1,354		2,909	,004		
	Sikap	-,009	,057	-,021	-,164	,870	,433	2,310
	NormaSubjektif	-,069	,073	-,095	-,941	,348	,671	1,489
	PersepsiKemanafaatan	-,044	,066	-,069	-,672	,503	,649	1,542
	PersepsiKemudahan	,039	,063	,059	,611	,542	,720	1,389
	SelfEfficacy	-,003	,089	-,005	-,039	,969	,409	2,446
	Lingkungan	-,037	,062	-,065	-,603	,548	,593	1,687
	NiatBerwirausaha	-,005	,042	-,014	-,128	,898	,550	1,817

a. Dependent Variable: Absres_Keputusan



LAMPIRAN 6 HASIL UJI REGRESI LINEAR BERGANDA

1. Hasil Uji Regresi Persamaan Satu (1)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,671 ^a	,450	,427	2,729

a. Predictors: (Constant), Lingkungan, PersepsiKemudahan, NormaSubjektif, Sikap, PersepsiKemanfaatan, SelfEfficacy

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,707	2,723		-,260	,796
	Sikap	,297	,112	,245	2,662	,009
	NormaSubjektif	,299	,145	,154	2,058	,041
	PersepsiKemanfaatan	,043	,132	,025	,330	,742
	PersepsiKemudahan	,186	,126	,107	1,470	,144
	SelfEfficacy	,229	,177	,125	1,291	,199
	Lingkungan	,423	,119	,274	3,545	,001

a. Dependent Variable: NiatBerwirausaha

2. Hasil Uji Regresi Persamaan Satu (2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,639 ^a	,409	,405	2,287

a. Predictors: (Constant), NiatBerwirausaha

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.

		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13,014	1,345		9,675	,000
	NiatBerwirausahaan	,526	,052	,639	10,114	,000

a. Dependent Variable: Keputusan

