

**PENGARUH PENGGUNAAN *E-COMMERCE*, FAKTOR EKSTERNAL
DAN FAKTOR INTERNAL TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA
PADA MAHASISWA**

**(Studi Kasus : Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof.
K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang Sudah Melaksanakan Praktik Bisnis
Mahasiswa Angkatan 2017-2019)**



SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Prof K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh :
Chindy Fauliah Arifin
NIM 1817201052

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI
PURWOKERTO
2022**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Chindy Fauliah Arifin
NIM : 1817201052
Jenjang : S 1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi dan Keuangan Syariah
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : PENGARUH PENGGUNAAN E-COMMERCE,
FAKTOR EKSTERNAL DAN FAKTOR INTERNAL
TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA PADA
MAHASISWA (Studi Kasus : Mahasiswa Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin
Zuhri Purwokerto yang sudah melaksanakan Praktik
Bisnis Mahasiswa Angkatan 2017-2019)

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto,
Saya yang menyatakan,



Chindy Fauliah Arifin
NIM. 18170201052



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**PENGARUH PENGGUNAAN E-COMMERCE, FAKTOR EKSTERNAL DAN
FAKTOR INTERNAL TERHADAP MINAT BERWIRUSAHA
PADA MAHASISWA
(STUDI KASUS : MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO YANG SUDAH
MELAKSANAKAN PRAKTIK BISNIS MAHASISWA ANGKATAN 2017-2019)**

Yang disusun oleh Saudara **Chindy Fauliah Arifin NIM 1817201052** Program Studi **Ekonomi Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Jumat** tanggal **07 Oktober 2022** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji


Rahmini Hadi, S.E., M.Si.
NIP. 19701224 200501 2 001

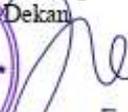
Sekretaris Sidang/Penguji


Mahardhika Cipta Raharja, SE., M.Si.
NIDN. 2010028901

Pembimbing/Penguji


Siti Ma'sumah, S.E., M.Si., CRA., CRP., CIAP
NIDN. 2010038303

Purwokerto, 12 Oktober 2022

Mengetahui/Mengesahkan
Dekan

Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 19730921 200212 1 004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto
di-
Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudara Chindy Fauliah Arifin NIM. 1817201052 yang berjudul :

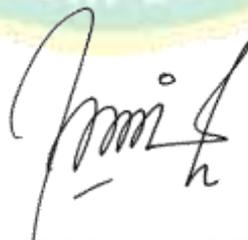
Pengaruh Penggunaan *E-commerce*, Faktor Eksternal dan Faktor Internal Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa (Studi Kasus : Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Yang Sudah Melaksanakan Praktik Bisnis Mahasiswa Angkatan 2017-2019)

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Syariah (S.E)

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Purwoketo, 19 September 2022

Pembimbing,



Siti Ma'sumah, S.E., M.Si., CRA., CRP., CIAP
NIDN. 2010038303

MOTTO

Tidak Masalah Seberapa Lambat Kamu Berjalan, Asalkan Kamu Tidak Berhenti



**PENGARUH PENGGUNAAN *E-COMMERCE*, FAKTOR EKSTERNAL
DAN FAKTOR INTERNAL TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA
PADA MAHASISWA**

**(Studi Kasus : Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang sudah
melaksanakan Praktik Bisnis Mahasiswa Angkatan 2017-2019)**

CHINDY FAULIAH ARIFIN

1817201052

E-mail : chindyfauliah21@gmail.com

Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRAK

Kewirausahaan merupakan sikap mental dan jiwa yang aktif atau kreatif memberdayakan, menciptakan dan berkarya untuk meningkatkan pendapatan dalam kegiatan usahanya. *E-Commerce* adalah proses transaksi jual beli yang menggunakan alat elektronik seperti telepon dan internet. Faktor eksternal merupakan faktor yang bersumber dari luar diri seseorang ataupun perusahaan untuk menciptakan dan menemukan sesuatu. Faktor internal berasal dari dalam diri seseorang, sebagai contoh adalah faktor jasmaniah dan psikologis.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh penggunaan *e-commerce*, faktor eksternal dan faktor internal terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang sudah melaksanakan Praktik Bisnis Mahasiswa angkatan 2017-2019. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kuantitatif. Adapun teknik pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu regresi linear berganda. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel penggunaan *e-commerce* secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang sudah melaksanakan Praktik Bisnis Mahasiswa angkatan 2017-2019, sedangkan faktor eksternal dan faktor internal secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang sudah melaksanakan Praktik Bisnis Mahasiswa angkatan 2017-2019. Kemudian secara simultan penggunaan *e-commerce*, faktor eksternal dan faktor internal berpengaruh terhadap minat minat berwirausaha pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang sudah melaksanakan Praktik Bisnis Mahasiswa angkatan 2017-2019.

Kata kunci : Kewirausahaan, *e-commerce*, faktor eksternal, faktor internal.

**THE EFFECT OF THE USE OF E-COMMERCE, EXTERNAL AND
INTERNAL FACTORS ON STUDENTS' INTEREST IN
ENTREPRENEURSHIP**

**(Case Study: Students of the Faculty of Islamic Economics and Business who
have implemented Student Business Practices Class of 2017-2019)**

CHINDY FAULIAH ARIFIN

1817201052

E-mail : chindyfauliah21@gmail.com

Sharia Economics Study Program, Faculty of Islamic Economics and Business
State Islamic University Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRACT

Entrepreneurship is an active or creative mental attitude and spirit to empower, create and enrich to increase income in its business activities. E-Commerce is the process of buying and selling transactions using electronic devices such as telephone and internet. External factors are factors that come from outside a person or company to create and find something. Internal factors come from within a person, for example, are physical and psychological factors.

The purpose of this study was to determine the effect of the use of e-commerce, external factors and internal factors on the interest in entrepreneurship in students of the Faculty of Economics and Islamic Business who have implemented Student Business Practices for the 2017-2019 class. The type of research used in this study is a quantitative approach. The sampling technique used purposive sampling technique. The data analysis used in this research is multiple linear regression. Data collection techniques using a questionnaire.

The results showed that the variable use of e-commerce partially had no significant effect on entrepreneurial interest in Islamic Economics and Business Faculty students who had implemented Student Business Practices class 2017-2019, while external factors and internal factors partially had a positive and significant effect on entrepreneurial interest. to students of the Faculty of Economics and Islamic Business who have implemented Student Business Practices for the 2017-2019 class. Then simultaneously the use of e-commerce, external factors and internal factors affect the interest in entrepreneurship in students of the Faculty of Economics and Islamic Business who have implemented Student Business Practices for the 2017-2019 class.

Keywords: Entrepreneurship, e-commerce, external factors, internal factors.

PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-LATIN

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI. Nomor 158 Tahun 1987 Nomor 0543 b/u/1987 tanggal 10 September 1987 tentang pedoman transliterasi Arab-Latin dengan beberapa penyesuaian menjadi berikut:

A. Konsonan Tunggal

| Huruf Arab | Nama | Huruf Latin | Nama |
|------------|------|--------------------|----------------------------|
| ا | Alif | Tidak dilambangkan | Tidak dilambangkan |
| ب | Ba | B | Be |
| ت | Ta | T | Te |
| ث | ṡ | ṡ | Es (dengan titik di atas) |
| ج | Jim | J | Je |
| ح | ḥa | ḥ | ha (dengan titik di bawah) |
| خ | Kha | Kh | kadan ha |
| د | Dal | D | De |
| ذ | Ḍal | Ḍ | zet (dengan titik di atas) |
| ر | Ra | R | Er |
| ز | Za | Z | Zet |
| س | Sin | S | Es |
| ش | Syin | Sy | Es dan ye |
| ص | ṡad | ṡ | es (dengan titik di bawah) |
| ض | ḍad | ḍ | de (dengan titik di bawah) |
| ط | ṡa | ṡ | te (dengan titik di bawah) |

| | | | |
|----|--------|------------|-----------------------------|
| ظ | za | z | zet (dengan titik di bawah) |
| ع | 'ain | '.... | Koma terbalik ke atas |
| غ | Gain | G | Ge |
| ف | Fa | F | Ef |
| ق | Qaf | Q | Ki |
| ك | Kaf | K | Ka |
| ل | Lam | L | El |
| م | Mim | M | Em |
| ن | Nun | N | En |
| و | Wawu | W | We |
| هـ | Ha | H | Ha |
| ء | Hamzah | ' | Apostrof |
| ي | Ya | Y | Ye |

B. Vokal

1. Vokal Pendek

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

| Tanda | Nama | Huruf latin | Nama |
|-------|--------|-------------|------|
| َ | Fathah | A | A |
| ِ | Kasrah | I | I |
| ُ | damah | U | U |

Contoh: نَاسٌ: *naṣ* السَّلَفُ: *salaf* صَحِيحٌ: *Ṣaḥīḥu*

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf sebagai berikut:

| Tanda dan huruf | Nama | Gabungan huruf | Nama |
|-----------------|-----------------------|----------------|---------|
| يَ | <i>Faḥah dan ya</i> | <i>Ai</i> | A dan I |
| وَ | <i>Faḥah dan wawu</i> | <i>Au</i> | A dan U |

Contoh: كَيْفَ: *kaifa* التَّوْحِيدِيَّةَ: *tauḥīdīyyah*

3. Vokal Panjang

Maddah atau vocal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

| Tanda dan huruf | Nama | Huruf dan tanda | Nama |
|-----------------|-----------------------|-----------------|---------------------|
| أ...َ | <i>Faḥah dan alif</i> | <i>Ā</i> | A dan garis di atas |
| ي...ِ | <i>Kasrah dan ya</i> | <i>Ī</i> | I dan garis di atas |
| و...ُ | <i>Ḍamah dan wawu</i> | <i>Ū</i> | U dan garis di atas |

Contoh: إِصْلَاحٌ: *Iṣlāḥ* حُدُودٌ: *ḥudūd*

مَجَازِي: *majāzī*

C. Ta Marbūṭah

Transliterasi untuk *ta marbūṭah* ada dua:

1. Ta marbūṭah hidup

Ta marbūṭah yang hidup atau mendapatkan *ḥarakat faḥah, kasrah* dan *ḍammah*, transliterasinya adalah /t/. contoh: نِعْمَةُ اللَّهِ: *ni'matullāh*

2. Ta marbūṭah mati

Ta marbūṭah yang mati atau mendapat *ḥarakat sukun*, transliterasinya adalah /h/. Contoh: حِكْمَةٌ: *ḥikmah*

3. Bila pada suatu kata yang akhir katanya *tamarbūtah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al*, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *ta marbūtah* itu ditransliterasikan dengan *ha* (h).

Contoh:

| | |
|-----------------------------|---------------------------------|
| رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ | <i>Rauḍah al-Aṭfāl</i> |
| الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ | <i>al-Madīnah al-Munawwarah</i> |
| جَرِيمَةٌ | <i>Jarīmah</i> |

D. *Syaddah* (*tasydid*)

Dalam transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

Contoh: مُحَمَّدِيَّةٌ : *muḥammadiyyah* كِتَابُ اللَّهِ : *kitābullah*

E. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiyyah* dengan kata sandang yang diikuti huruf *qamariyyah*.

- Kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiyyah*, kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiyyah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.
- Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariyyah*, ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti huruf *syamsiyyah* maupun huruf *qamariyyah*, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sambung atau hubung.

Contoh: الْجِهَادُ الْأَصْغَرُ : *al-jihad al-aṣghar* الْبَغْيُ : *al-bagyi*

الأَحْوَالُ الشَّخْصِيَّةُ : *al-aḥwāl al-syaḥṣiyah*

F. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrop. Namun itu hanya terletak di tengah dan di akhir kata. Bila Hamzah terletak di awal kata, ia dilambangkan karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

| | | |
|------------------|-------------|-------------------|
| Hamzah di awal | أَكَلَ | <i>Akala</i> |
| Hamzah di tengah | تَأْخُذُونَ | <i>Ta'khuzūna</i> |
| Hamzah di akhir | النَّوْءُ | <i>an-nau'u</i> |

G. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim maupun huruf, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dua cara; bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan. Namun penulis memilih penulisan kata ini dengan perkata.

Contoh: وَإِنَّ اللَّهَ لَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ : *wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn*

فَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ : *fa aufū al-kailawaal-mīzan*

H. Huruf Kapital

Penggunaan huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandang.

Contoh:

| | |
|---|--|
| وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ | <i>Wa mā Muḥammadun illā rasūl.</i> |
| وَلَقَدْ رَأَاهُ بِالْأَفْقِ الْمُبِينِ | <i>Wa laqad raāhu bi al-ulfuq al-mubīn</i> |

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alamin. Segala puji bagi Allah yang telah melimpahkan rahmat, taufik, hidayah, serta inayahnya sehingga kami dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Pengaruh Penggunaan *E-commerce* Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa (Studi Kasus : Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang sudah melaksanakan Praktik Bisnis Mahasiswa Angkatan 2017-2019). Shalawat serta salam semoga tercurahkan kepada uswah junjungan kita Nabi Agung Muhammad SAW yang telah memberikan kita syafa'atnya di Yaumul Kiyamah nanti.

Skripsi ini disusun dalam rangka untuk memenuhi salah satu syarat yang harus dipenuhi bagi mahasiswa Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk program studi Ekonomi Syariah. Bersamaan dengan selesainya skripsi ini, penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. H. Moh Roqib, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Dr. Fauzi, M.Ag., selaku Wakil Rektor I Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Dr. H. Ridwan, M.Ag, selaku Wakil Rektor II Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Dr. H. Sul Khan Chakim, S.Ag, M.M selaku Wakil Rektor III Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Dr. Ahmad Dahlan, M.S.I., selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
7. Dr. Atabik, M.Ag., selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

8. Iin Solikhin, M.Ag., selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
9. Yoiz Shofwa Shafrani, M.Si., selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
10. H. Slamet Akhmadi, M.S.I., selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
11. Dewi Laela Hilyatin, S.E. M.S.I., selaku Koordinator Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
12. Siti Ma'sumah, S.E., M.Si., CRA., CRP., CIAP., selaku Dosen Pembimbing Skripsi. Terimakasih saya ucapkan atas segala arahan, bimbingan, dan waktu yang telah diberikan. Semoga selalu diberikan perlindungan oleh Allah SWT.
13. Segenap dosen dan Staff Administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
14. Untuk seluruh responden Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang sudah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
15. Teruntuk kedua orangtuaku, Ayah dan Ibu tercinta. Abdullah Arifin dan Jamini, yang telah merawat, mendidik dan mendoakan putrinya hingga sampai saat ini. Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan Ayah dan Ibu selama ini, dan semoga selalu diberikan perlindungan dan kesehatan oleh Allah SWT.
16. Untuk Kakak ku tercinta Purwanti dan Juli Purnomo yang telah memberikan tenaga dan kerja kerasnya demi adikmu ini. Semoga selalu diberikan kesehatan dan diberikan perlindungan oleh Allah SWT. Tidak lupa, untuk ponakan saya Fikri Amanullah dan Filio Farzan yang sudah memberikan keceriaan dan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

17. Tidak lupa, untuk sahabat kecil saya, Risma, Rini, Thalita yang sudah menemani penulis dalam lika-liku kehidupan sekolah-kuliah. Dan sahabat SMK saya Anjar, Fajar, Erni yang sudah mendorong dan memotivasi penulis dari masuk kuliah sampai selesai.
18. Teman-teman Ekonomi Syariah B 18, yang paling utama Delfia, Ainun, Sani, Fasa, Esa, Aji, Bari, Agung, Taufik, Intan, Salsabila Mudzakir, Reza yang sudah menemani penulis baik di perkuliahan, organisasi, maupun diluar organisasi. Terimakasih telah berjuang bersama, semoga kita senantiasa menjadi orang-orang yang sukses.
19. PMII Rayon FEBI tempat awal penulis berproses terimakasih untuk sahabat-sahabati yang telah memberikan semangat berorganisasi, sehingga penulis mendapatkan pengalaman yang sangat luar biasa selama di bangku perkuliahan.
20. Komunitas Marketing Perbankan Syariah, DEMA FEBI, DEMA Universitas. Terimakasih untuk rekan-rekan yang didalamnya, terimakasih sudah membantu penulis dalam berproses, dan mendapatkan pengalaman yang tidak akan datang dua kali.
21. Sahabat Perjuangan di semester akhir, Triyani, Azizah, Bombom, Harry, Sidik, Akbar. Lika-liku, perdebatan dan perbedaan pendapat yang memotivasi penulis untuk tetap kuat berjuang di semester akhir.
22. Untuk Zukhrufah Asshodiqoh, Julieta, Feni, Diana, Adik-adikku semester 7 tetap semangat. Terimakasih sudah menemani, terimakasih sudah mau mendengarkan keluh kesah penulis selama di perkuliahan. Semoga senantiasa kalian diberikan kelancaran dalam perkuliahan. Semangat!

23. Dan untuk orang tersayang yang sudah hadir didalam perjalanan kuliah penulis, terimakasih sudah memberikan pelajaran yang sangat berarti.
24. Untuk diri sendiri, terimakasih sudah kuat sampai sejauh ini.

Purwokerto, 17 Agustus 2022



Chindy Fauliah Arifin
NIM. 1817201052



DAFTAR ISI

| | |
|---|-------|
| PERNYATAAN KEASLIAN..... | i |
| LEMBAR PENGESAHAN | ii |
| NOTA DINAS PEMBIMBING..... | iii |
| MOTTO | iv |
| ABSTRAK..... | v |
| ABSTRACT..... | vi |
| PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-LATIN | vii |
| KATA PENGANTAR | xii |
| DAFTAR TABEL..... | xviii |
| DAFTAR GAMBAR | xix |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xx |
| BAB I..... | 1 |
| PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 8 |
| C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian | 9 |
| D. Sistematika Penulisan | 9 |
| BAB II..... | 10 |
| LANDASAN TEORI..... | 10 |
| A. Kajian Pustaka..... | 10 |
| B. Kerangka Teori..... | 13 |
| C. Landasan Teologis | 23 |
| D. Kerangka Penelitian | 25 |

| | |
|--|----|
| E. Hipotesis..... | 25 |
| METODE PENELITIAN..... | 28 |
| A. Jenis Penelitian..... | 28 |
| B. Tempat dan Waktu Penelitian..... | 28 |
| C. Populasi dan Sampel..... | 28 |
| D. Teknik Pengumpulan Data..... | 30 |
| E. Sumber Data..... | 31 |
| F. Metode Analisis Data..... | 32 |
| G. Teknik Analisis Data..... | 32 |
| BAB IV..... | 37 |
| HASIL DAN PEMBAHASAN..... | 37 |
| A. Gambaran Umum Objek Penelitian..... | 37 |
| C. Hasil Analisis Data..... | 43 |
| D. Pembahasan..... | 54 |
| BAB V..... | 59 |
| PENUTUP..... | 59 |
| A. Kesimpulan..... | 59 |
| B. Saran..... | 59 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 61 |
| LAMPIRAN-LAMPIRAN..... | 64 |

DAFTAR TABEL

| | | |
|------------|---|----|
| Tabel 1.1 | Mahasiswa yang melaksanakan Praktik Bisnis Mahasiswa (PBM) Angkatan 2017-2019,..... | 8 |
| Tabel 2.1 | Perbedaan dan Hasil Penelitian Terdahulu..... | 11 |
| Tabel 3.1 | Indikator Penelitian..... | 29 |
| Tabel 4.1 | Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 41 |
| Tabel 4.2 | Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi..... | 42 |
| Tabel 4.3 | Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan..... | 42 |
| Tabel 4.4 | Hasil Uji Validitas X1 Penggunaan <i>E-Commerce</i> | 44 |
| Tabel 4.5 | Hasil Uji Validitas X2 Faktor Eksternal..... | 44 |
| Tabel 4.6 | Hasil Uji Validitas X3 Faktor Internal..... | 45 |
| Tabel 4.7 | Hasil Uji Validitas Y Minat Berwirausaha..... | 46 |
| Tabel 4.8 | Hasil Uji Reliabilitas (92 Responden)..... | 47 |
| Tabel 4.9 | Hasil Uji Normalitas..... | 48 |
| Tabel 4.10 | Hasil Uji Multikolinearitas..... | 49 |
| Tabel 4.11 | Hasil Uji Heterokedastisitas..... | 50 |
| Tabel 4.12 | Hasil Regresi Linear Berganda..... | 51 |
| Tabel 4.13 | Hasil Uji Simultan (Uji F)..... | 53 |
| Tabel 4.14 | Hasil Uji Koefisien Determinasi..... | 54 |

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Penelitian.....25



DAFTAR LAMPIRAN

| | | |
|--------------|--|-----|
| Lampiran 1 | Kuesioner..... | 65 |
| Lampiran 2 | Identitas Responden..... | 70 |
| Lampiran 3 | Data Penelitian..... | 73 |
| Lampiran 3.1 | Hasil Tabulasi Penggunaan E-Commerce (X1)..... | 73 |
| Lampiran 3.2 | Hasil Tabulasi Faktor Eksternal (X2)..... | 78 |
| Lampiran 3.2 | Hasil Tabulasi Faktor Internal (X3)..... | 82 |
| Lampiran 3.3 | Hasil Tabulasi Minat Berwirausaha (Y)..... | 85 |
| Lampiran 4 | Tabel..... | 88 |
| Lampiran 4.1 | F Tabel..... | 88 |
| Lampiran 4.2 | T tabel..... | 92 |
| Lampiran 4.3 | r tabel..... | 95 |
| Lampiran 5 | Tabel Output SPSS..... | 99 |
| Lampiran 6 | Sertifikat Pendukung..... | 110 |
| Lampiran 7 | Daftar Riwayat Hidup..... | 115 |



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Globalisasi saat ini yang tidak dapat dihindari, kita harus mengikuti perkembangan dari globalisasi. Salah satu perkembangan tersebut yaitu penggunaan web. Adanya web menunjukkan kemajuan dalam bidang teknologi komunikasi dimana berkembang sangat pesat dan memberikan kemudahan untuk melakukan aktivitas sehari-hari. Dan dengan fasilitas yang diperoleh, komunitas bergantung dengan adanya web. Siapapun di masa sekarang dapat menggunakan akses ke dunia *worldwide* guna mendapatkan berbagai informasi yang menunjang setiap kegiatan (Yadewani, 2017).

Ekonomi digital adalah kegiatan ekonomi yang didasarkan pada teknologi digital internet. Ekonomi digital disebut juga dengan sebutan internet *economy*, *web economy*, *digital-based economy*, *new economy knowledge*, atau *new economy*. Di ekonomi digital, *digital disruption* memicu terjadinya *digital business* model. Istilah *digital disruption* menunjukkan terjadinya model bisnis baru ketika teknologi digital memengaruhi perubahan nilai dari transaksi bisnis (Wijoyo, 2020).

Digital *disruption* misalnya dialami oleh GO-JEK dengan mengubah nilai dan cara berbisnis ojek tradisional lewat interkoneksi jaringan internet. Pengemudi ojek dapat berkerja dengan lebih produktif karena dapat memperoleh order pelanggan yang paling dekat dengan lokasinya. Dengan jumlah order yang meningkat, pengemudi dapat meningkatkan bahkan mendobelkan pendapatannya. Di sisi lain, pelanggan dapat memesan ojek dengan lebih cepat karena dihubungkan dengan armada ojek yang besar yang sebagian berada di sekitar lokasinya. Akibatnya, pelanggan dapat mengurangi *searching costs* yang ditanggungnya. Bagi perusahaan, *transaction costs* dapat berkurang secara signifikan karena

beroperasi dengan sepeda motor yang tidak dimilikinya sehingga menghilangkan biaya investasi, biaya perawatan sepeda motor, biaya gudang, dan lainnya.

Unsur-unsur pada *e-business*, diantaranya yakni sebagai berikut:

1. Pelaku bisnis diantaranya yakni seperti organisasi, produsen atau perusahaan, supplier, rekan bisnis, konsumen dan lain-lain.
2. Alat, media atau juga sumber daya yang digunakan Diantaranya seperti Teknologi informasi serta juga komunikasi (komputer, internet dan lain-lain).
3. Kegiatan dan sasarannya diantaranya seperti aktivitas / kegiatan dan juga proses bisnis (pelayanan, penjualan & transaksi) dan juga operasi bisnis utama.
4. Tujuannya diantaranya seperti komunikasi, koordinasi, pengolahan organisasi, transformasi proses bisnis serta juga berbagi informasi.
5. Beberapa keuntungan yang bisa didapatkan diantaranya seperti dengan pendekatan yang relatif aman, peningkatan keuntungan, lebih fleksibel, efisien, peningkatan produktivitas, bisnis yang terintegrasi dan lain-lain.

Beberapa contoh dari *e-business* saat ini yakni koran atau media cetak yang sudah berbasis *online*-nya, jadi tidak hanya dengan media cetaknya saja. Namun banyak sekali media cetak yang juga menjalankan bisnisnya tidak hanya melalui media cetak saja namun juga dengan melalui media *online* di internet serta tentunya banyak sekali keuntungan yang dapat didapatkan contohnya seperti: berita diakses bisa kapan saja oleh seluruh masyarakat serta juga berita yang lebih update dan lainnya. Kemudian contohnya seperti toko-toko fashion yang tidak hanya juga menjalankan bisnisnya di dunia nyata namun tapi mereka juga menjalankan bisnisnya itu dengan cara *online* (Wijoyo, 2020).

Di era sekarang, kegiatan *marketing* dilakukan dengan memanfaatkan media internet. Setiap orang yang mempunyai kegiatan usaha dapat melakukan *marketing* dengan mudah dan cepat serta memiliki

jangkauan pemasaran yang luas, tidak lagi terbatas oleh ruang dan waktu. Kegiatan menawarkan barang dan jasa melalui internet juga telah menjadi sebuah tren atau gaya hidup masyarakat yang lebih luas, termasuk masyarakat Indonesia. Selain itu, penggunaan internet yang semakin hari semakin tinggi juga menjadi faktor yang mendorong peningkatan *internet marketing* dan perkembangan para pelaku usaha online (Sholihin, 2019).

Dikutip dari penelitian Primandaru bahwa pada era globalisasi ini memperkenalkan ilmu kewirausahaan. Kewirausahaan adalah upaya untuk menciptakan hal-hal baru yang sangat berharga dan berguna bagi diri sendiri dan orang lain. Kewirausahaan merupakan sikap mental dan jiwa yang aktif atau kreatif memberdayakan, menciptakan dan berkarya untuk meningkatkan pendapatan dalam kegiatan usahanya. Wirausahawan merupakan sekelompok orang yang memiliki kemampuan untuk melihat peluang bisnis, mengumpulkan sumber daya untuk mengambil tindakan yang tepat, memanfaatkannya dan memiliki sifat, karakter dan dorongan untuk membawa ide-ide untuk berubah atau menambah penghasilan. Dengan memperkenalkan dunia usaha sejak dini sekumpulan orang dapat mengalami dorongan atau rasa penasaran untuk mengetahui tentang kewirausahaan. Maka dari itu, pendidikan kewirausahaan bisa dibentuk dengan pola pikir, sikap dan perilaku mahasiswa untuk tertarik menjadi *entrepreneur* yang dilakukan agar memiliki sikap dan perilaku, serta kemampuannya agar dapat mengarahkan mereka dalam memilih karir untuk menjadi seorang wirausaha setelah selesai sekolah atau perguruan tinggi (Trihudyatmanto, 2019).

Revolusi industri telah terjadi sekitar empat kali tahapan yaitu industry 1.0, 2.0, 3.0 dan 4.0. Revolusi sendiri yaitu suatu perubahan corak budaya dan sosial yang ada di lingkungan masyarakat. Industri adalah suatu kegiatan yang bersangkutan dengan pengolahan bahan mentah menjadi barang yang berharga atau berkualitas. Sedangkan revolusi industri dapat diartikan sebagai suatu perubahan cara kerja manusia secara fundamental

karena melahirkan hal-hal baru yang dapat membantu dan juga dibutuhkan pada kehidupan manusia.

Revolusi industri 1.0 atau generasi pertama merupakan revolusi pada tahap awal yang terjadi pada abad ke 18, pada saat itu banyak pekerjaan yang masih mengandalkan tenaga manusia dan hewan, namun setelah terjadi rebolusi industry 1.0 yang ditandai dengan adanya penemuan sebuah alat tenun mekanis dengan menggunakan mesin uap pada tahun 1784 semuanya berubah, tenaga hewan dan manusia tidak lagi digunakan mengakibatkan banyaknya pengangguran walaupun jumlah produksi meningkat.

Revolusi industri 2.0 terjadi pada abad ke 19 sampai abad ke 20 dengan ditandai munculnya listrik yang membuat biaya produksi jauh lebih murah dari sebelumnya. Pada tahun 1913 tercipta sebuah lini produksi yang menggunakan ban berjalan penemuan yang mengakibatkan produksi mobil yang sebelumnya merakit satu mobil harus dilakukan oleh banyaknya orang, namun setelah ada penemuan itu produksi mobil dapat dilakukan secara masal dan setiap pekerja dilatih agar dapat menekuni satu bidang saja sehingga ketika melakukan pekerjaan sesuai dengan bidangnya masing-masing.

Revolusi industri 3.0 lahir pada awal 1970, kemunculan revolusi industry mengubah lagi peradaban dunia jika pada revolusi sebelumnya mesin masih dikendalikan oleh manusia maka pada revolusi industry 3.0 sudah menggunakan sistem otomatisasi yang dikontrol oleh komputer. Sistem komunikasi yang telah menggunakan teknologi digital membuat penyebaran akses informasi semakin cepat. Dan pemanfaatan alat elektronika dan komputer pada otomatisasi produksi merupakan bukti berkembangnya industri.

Revolusi industri 4.0 diciptakan pada tahun 2011 dengan istilah 4.0, istilah ini pertama kali diciptakan di Jerman dan industry 4.0 ditandai dengan adanya revolusi digital. Industry ini dipercaya dapat meningkatkan produktivitas yang mana industry 4.0 merupakan industry yang

berhubungan langsung dengan digital yang cakupannya yaitu dari berbagai jenis teknologi. Zaman revolusi industri 4.0 berawal pada tahun 2018 hingga sekarang. Lain dengan revolusi sebelumnya, industri 4.0 mengembangkan *Internet of Things* bersamaan dengan teknologi-teknologi baru seperti dalam bidang robotik, sains dan lain sebagainya (Annisa, 2019).

Dampak dari perkembangan revolusi industri 4.0 pada sektor ekonomi dapat dilihat dari semakin mudahnya sektor jasa dan perdagangan melalui pemanfaatan sistem teknologi. Saat ini masyarakat dapat berinteraksi kapan pun dan dimana pun melalui elektronik dan internet, sehingga produktivitas para pelaku ekonomi mengalami peningkatan (Rudiatna, 2021). Maka dari itu, berkembangnya wirausaha pada saat ini juga dengan menggunakan internet.

Marketing 4.0 adalah pendekatan pemasaran yang menggabungkan interaksi online dan offline antara perusahaan dan pelanggan, memadukan dua gaya dengan substansi dalam membangun merek. Marketing 4.0 membantu pemasar beralih ke ekonomi digital, yang mendefinisikan ulang konsep kunci dari pemasaran (Kotler, 2019).

Kewirausahaan juga dapat diartikan sebagai kegiatan ekonomi yang membutuhkan jiwa, pengetahuan, kemampuan (*skill*), uang, sarana, tenaga, waktu dan semua yang dibutuhkan. Berwirausaha itu tidak sederhana, karena banyak hal yang dibutuhkan, kerugian sudah pasti dan peluang sukses tidak bisa ditentukan. Oleh karena itu, perlu untuk terlibat dalam berbagai kegiatan bisnis baik sendiri maupun bersama orang lain (Wahyudi, 2020).

Kewirausahaan tentunya dapat mengurangi pengangguran di Indonesia. Pengangguran terjadi karena perbandingan pencari kerja di semua latar belakang pendidikan, mulai dari sekolah menengah hingga perguruan tinggi, terlalu berlebihan dibandingkan dengan lapangan pekerjaan yang tersedia. Pertambangan, transportasi, dan lainnya. Salah satu cara untuk mengurangi pengangguran yaitu dengan berwirausaha. Menurut Saiman (2009), kewirausahaan merupakan usaha untuk

menciptakan kegiatan usaha berdasarkan kehendak dan keinginan sendiri. (Handoyono, 2020).

Entrepreneur yang berhasil adalah *entrepreneur* yang mampu bertahan dengan segala keterbatasannya, memanfaatkan dan meningkatkannya untuk memasarkan peluang tersebut dengan baik serta terus menciptakan reputasi yang membuat perusahaan itu bisa berkembang. *Entrepreneurship* adalah suatu kemampuan untuk mengelola sesuatu yang ada dalam diri untuk dimanfaatkan dan ditingkatkan agar lebih baik sehingga bisa meningkatkan taraf hidup di masa mendatang (Hendro, 2019).

E-commerce merupakan sebuah inovasi dalam dunia kewirausahaan, dan pengembangan model ini berbasis pada jaringan atau internet. *E-commerce* dapat diakses oleh semua orang, sehingga jangkauan konsumen terus berkembang dan produsen dapat meningkatkan produksi dan ekonomi mereka. Hal ini sejalan dengan pendapat Zhang dan Cao (2018) yang menyatakan bahwa *e-commerce* tidak hanya meningkatkan kesejahteraan sosial, tetapi juga mendorong pertumbuhan ekonomi (Sinulingga, 2022). Menurut Zimerer dan Scarborough, faktor menjadi wirausahawan diantaranya ekonomi jasa, kemajuan teknologi, gaya hidup, dan peluang internasional, dari pendapat tersebut yang berkembang saat ini adalah teknologi dan gaya hidup yang sangat berpotensi untuk para wirausahawan (Rahayu, 2022).

Faktor eksternal adalah institusi, seperti konteks universitas, pengalaman bisnis keluarga dan konteks sosial ekonomi. Keadaan ini dapat mendorong berkembangnya pengetahuan yang dibutuhkan untuk memulai usaha dan membiasakan mahasiswa dengan dunia wirausaha. Faktor internal adalah sikap kewirausahaan mahasiswa dan ketegasan. Keinginan untuk memulai bisnis yang dimotivasi oleh hasrat pribadi, yang dapat berasal dari pengalaman dan kemampuan pribadi (Mulyanto, 2021).

Di dalam jurnal Ayuningtyas (2015) terdapat 2 variabel yaitu faktor eksternal dan faktor internal, faktor eksternal terdiri dari 2 indikator yaitu :

1. Lingkungan keluarga. Teori konvergensi menunjukkan perkembangan individu memiliki peran penting yang berasal dari lingkungan sekelilingnya.
2. Lingkungan Kampus. Menurut Soekidjo Notoatmodjo (2003), Menjelaskan bahwa pendidikan merupakan suatu usaha terencana untuk mempengaruhi individu, kelompok, atau masyarakat. Karakter.

Variabel faktor internal juga terdapat 2 indikator yaitu:

1. Kepribadian Menurut Horton (1982) merupakan seluruh sikap, perasaan, ekspresi, dan temperamen seseorang.
2. Motivasi. Menurut Stevenson (2001), Motivasi didefinisikan sebagai fokus, dorongan, atau suatu tindakan, yang merupakan faktor verbal, fisik, atau psikologis dan menyebabkan seseorang melakukan sesuatu sebagai tanggapan terhadapnya (Ayuningtyas, 2015).

Stewart et al (1998) menyatakan bahwa tumbuhnya minat berwirausaha dipengaruhi oleh berbagai faktor, yang melibatkan faktor eksternal dan faktor internal. Tjahjono dan Ardi (2008) juga menjelaskan bahwa bagi banyak orang untuk berwirausaha merupakan perilaku dengan keterlibatan yang melibatkan Faktor Eksternal dan Faktor Internal (Mulyanto, 2021).

Di Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto (UIN Saizu) terutama Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) terdapat Program Mahasiswa yang diselenggarakan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, yaitu Praktik Bisnis Mahasiswa. Praktik Bisnis Mahasiswa atau biasa disebut dengan PBM dilaksanakan oleh mahasiswa semester 5 dan 7 (FEBI, 2016).

Berikut data mahasiswa FEBI UIN Saizu Purwokerto yang sudah melaksanakan Praktik Bisnis Mahasiswa (PBM) Angkatan 2017-2019 :

Tabel 1.1 Mahasiswa yang melaksanakan Praktik Bisnis Mahasiswa (PBM) Angkatan 2017-2019

| No. | Angkatan | Jumlah Mahasiswa |
|--------------|----------|------------------|
| 1. | 2017 | 366 |
| 2. | 2018 | 397 |
| 3. | 2019 | 351 |
| Total | | 1.114 |

Sumber : FEBI, 2020-2022

Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang sudah melaksanakan Praktik Bisnis Mahasiswa angkatan 2017-2019 sebanyak 1.114 Mahasiswa. dari 1.114 Mahasiswa tersebut peneliti akan meneliti apakah berpengaruh atau tidak dengan adanya *E-commerce* saat ini, dan berpengaruh atau tidak dengan faktor eksternal dan faktor internal. Maka dari itu penulis memilih judul **PENGARUH PENGGUNAAN E-COMMERCE, FAKTOR EKSTERNAL, DAN FAKTOR INTERNAL TERHADAP MINAT BERWIRUSAHA PADA MAHASISWA (Studi Kasus : Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto Yang Sudah Melakukan Praktik Bisnis Mahasiswa Angkatan 2017-2019).**

B. Rumusan Masalah

1. Apakah penggunaan *E-commerce* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha?
2. Apakah Faktor Eksternal secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa?
3. Apakah Faktor Internal secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa

4. Apakah Penggunaan *E-Commerce*, Faktor Eksternal dan Faktor internal secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa?

C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian :
 - a. Memahami Penggunaan *E-commerce* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa.
 - b. Mengetahui Faktor Eksternal secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa.
 - c. Mengetahui Faktor Internal secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa.
 - d. Mengetahui Penggunaan *E-Commerce*, Faktor Eksternal dan Faktor internal secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa.
2. Berdasarkan latar belakang, penulis mempunyai manfaat yaitu :
 - a. Manfaat Akademik
 - a) Hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi di perpustakaan UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
 - b) Hasil penelitian ini dapat bermanfaat untuk peneliti yang melakukan kajian serupa dengan penelitian ini.
 - b. Manfaat Praktis
 - a) Hasil penelitian ini dapat bermanfaat untuk mengetahui Pengaruh *E-Commerce* terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa.
 - b) Hasil Penelitian ini dapat bermanfaat untuk materi pembelajaran Prodi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

D. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan merupakan suatu susunan dari penulisan skripsi untuk memudahkan dalam memahami isi skripsi ini, maka dalam sistematika penulisan, peneliti membagi menjadi lima bab, yaitu :

- BAB I** Pada bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.
- BAB II** Pada bab ini berisi penelitian terdahulu, kajian teori, landasan teologis, kerangka penelitian dan hipotesis.
- BAB III** Pada bab ini berisi penjelasan tentang desain penelitian, subyek penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, serta validitas dan reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini.
- BAB IV** Pada bab ini berisi gambaran umum dari obyek penelitian serta hasil dari penelitian yang sudah dilakukan.
- BAB V** Pada bab ini berisi mengenai kesimpulan terkait hasil dari penelitian yang telah dilakukan serta saran dari peneliti.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kajian Pustaka

Dalam mendukung penelitian ini, maka akan dikemukakan beberapa penelitian terdahulu sesuai dengan penelitian yang akan dikaji. Berikut beberapa hasil penelitian terdahulu yang akan dijadikan sebagai acuan untuk meneliti hal-hal yang akan diteliti.

Tabel 2.1
Perbedaan dan Hasil Penelitian

| No. | Nama Peneliti dan Judul | Hasil | Perbedaan |
|-----|---|---|--|
| 1. | Yadewani (2017) "Pengaruh E-Commerce Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus : AMIK Jayanusa Padang)" | secara bersama-sama terdapat pengaruh antara <i>e-commerce</i> terhadap minat berwirausaha. | Variabel penelitian tersebut hanya Penggunaan <i>E-Commerce</i> . Sedangkan penelitian saya, selain dari Pengaruh <i>E-commerce</i> juga terdapat Pengaruh Faktor Eksternal dan Faktor Internal. |

| | | | |
|----|---|--|--|
| 2. | Koranti (2013) “ <i>Analisis Pengaruh Faktor Eksternal dan Faktor Internal Terhadap Minat Berwirausaha</i> ” | 1. Dalam hal ini faktor eksternal seperti lingkungan keluarga dan lingkungan siswa sangat berpengaruh terhadap minat siswa untuk berwirausaha. 2. Terbukti faktor internal yang di dapatkan yaitu kepribadian dan motivasi siswa juga berpengaruh signifikan. untuk kepentingan wirausaha. | Variabel penelitiannya adalah Faktor Eksternal dan Faktor Internal |
| 3. | Ambo Aco (2017) “ <i>Analisis Bisnis E-Commerce Pada Mahasiswa Universitas Alauddin Makassar</i> ” | Situs <i>e-commerce</i> yang dipercaya masyarakat. ini benar-benar merupakan peluang bagi industri <i>e-commerce</i> . | Menjelaskan tentang analisis <i>e-commerce</i> |
| 4. | Ekawati (2015) “ <i>Faktor-Fakor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanegara</i> ” | (1) Lingkungan Keluarga berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa. (2) Lingkungan Kampus berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa. | Variabel Faktor internal di sebut dengan Lingkungan Keluarga, dan Variabel Faktor Eksternal di sebut dengan Lingkungan Kampus. Tidak ada variabel Penggunaan <i>E-commerce</i> . Objek penelitian juga berbeda. |

| | | | |
|----|--|---|--|
| 5. | Kukuh (2021) “ <i>Pengaruh Faktor Eksternal dan Internal Terhadap Minat Mahasiswa Memilih Karir Sebagai Wirausaha</i> ” | Faktor dari luar dan Faktor dari dalam berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. | Tidak ada variabel penggunaan <i>e-commerce</i> |
| 6 | Andita Tisa (2018) “ <i>Pengaruh Faktor Eksternal dan Faktor Internal Terhadap Minat Berwirausaha Pada Women Entrepreneur Pemilik Usaha Fashion di Kota Bandung</i> ” | Hasil penelitian secara bersama-sama faktor dari dalam dan faktor dari luar berpengaruh signifikan terhadap minat wanita berwirausaha | Tidak ada variabel penggunaan <i>e-commerce</i> dan objek penelitian juga berbeda. |

B. Kerangka Teori

1. *E-Commerce*

E-commerce merupakan suatu istilah yang sering digunakan atau didengar saat ini yang berhubungan dengan internet. Berikut pengertian *e-commerce* dari para ahli :

- a. Menurut McLeod Person (2008) *E-commerce* merupakan perdagangan elektronik atau disebut juga *e-commerce*, penggunaan jaringan komunikasi dan computer untuk melaksanakan proses bisnis. Pandangan populer dari *e-commerce* adalah penggunaan internet dan komputer dengan *browser web* untuk membeli dan menjual produk.

- b. Menurut Shely Cashman (2007) *E-commerce* merupakan transaksi bisnis yang terjadi dalam jaringan elektronik, seperti internet. Siapapun yang dapat mengakses komputer, memiliki sambungan ke internet, dan memiliki cara untuk membayar barang-barang atau jasa yang mereka beli, dapat berpartisipasi dalam *e-commerce*.
- c. Menurut Jony Wong (2010) Pengertian dari *E-commerce* adalah pembelian, penjualan dan pemasaran barang serta jasa melalui sistem elektronik. Seperti radio, televisi dan jaringan komputer atau internet (Aco, 2017).

E-Commerce adalah proses transaksi jual beli yang menggunakan alat elektronik seperti telepon dan internet. *E-Commerce* lebih dari sekedar membeli dan menjual produk secara online. *E-Commerce* meliputi seluruh proses dari pengembangan, pemasaran, penjualan, pengiriman, pelayanan, dan pembayaran para pelanggan, dengan dukungan dari jaringan para mitra bisnis diseluruh dunia. Sistem *e-commerce* sangat bergantung pada sumber daya internet dan banyak teknologi informasi lainnya untuk mendukung setiap proses ini.

Menurut Shely Cashman (2007) *E-commerce* adalah transaksi pada bisnis yang pada prakteknya terjadi melalui jaringan elektronik, contohnya internet. Setiap orang yang memiliki akses ke komputer, koneksi internet, dan metode pembayaran barang atau jasa dapat terlibat dalam *e-commerce*. (Aco, 2017).

Berdasarkan beberapa pengertian di atas maka dapat disimpulkan bahwa *e-commerce* dapat membantu penjual dalam mempromosikan barangnya secara online karena dengan adanya *e-commerce* memberikan kemudahan bagi calon konsumen untuk membeli barang yang diinginkannya dan memanfaatkan semua fasilitas yang ada. Setiap orang bisa memilih barang memberikan banyak kemudahan bertransaksi, produk yang beraneka ragam ataupun belanja di toko yang menjual kebutuhan konsumen. Kapan saja calon

pelanggan bisa memanfaatkan *e-commerce* tersebut. *E-commerce* juga memberikan cara-cara baru dalam melaksanakan bisnis, sehingga siapa saja memanfaatkan media tersebut untuk menjadi wirausaha yang mampu menciptakan dan memperluas bisnis secara lebih cepat dan lebih mudah.

E-commerce dapat didefinisikan dari beberapa perspektif yaitu:

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

Sehingga *e-commerce* mampu memfasilitasi semua kegiatan proses bisnis yang dimulai dari pengembangan, pemasaran, penjualan, pengiriman, pelayanan dan pembayaran pelanggan dengan dukungan dari jaringan mitra bisnis di seluruh dunia.

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

- a. *Business to Business*, karakteristiknya :
 - a) Pertukaran data dilakukan secara berulang-ulang dan berkala dengan format data yang telah disepakati bersama.
 - b) Salah satu pelaku tidak harus menunggu reka mereka lainnya untuk mengirimkan data.

- c) Model yang umum digunakan adalah peer to peer, di mana processing didistribusikan di kedua pelaku bisnis.
- b. *Business to Consumer*, karakteristiknya :
 - a) Servis yang digunakan berdasarkan permintaan.
 - b) Sering dilakukan sistim pendekatan chent-server.

2. Faktor Eksternal

Menurut Robbin dan Coulter (2013) Faktor eksternal atau lingkungan eksternal adalah faktor-faktor yang berada diluar kendali yang mempengaruhi perusahaan mengenai arah dan tindakan, yang pada akhirnya juga mempengaruhi struktur organisasi dan proses internalnya. Faktor eksternal juga merupakan faktor yang bersumber dari luar diri seseorang ataupun perusahaan untuk menciptakan dan menemukan sesuatu (Santosa, 2017).

Menurut Lofian (2016) Faktor eksternal atau lingkungan eksternal merupakan faktor-faktor yang berasal dari luar berwirausaha. Faktor tersebut bisa menghambat perkembangan usaha.

Menurut Siswadi (2013) Faktor eksternal meliputi Lingkungan Keluarga dan Lingkungan Sosial :

a. Lingkungan Keluarga

Lingkungan keluarga adalah kelompok masyarakat yang terkecil yang terdiri dari ayah, ibu, anak dan anggota keluarga yang lain. Keluarga merupakan peletak dasar bagi pertumbuhan dan perkembangan anak, disinilah yang memberikan pengaruh awal terhadap terbentuknya kepribadian.

Menurut Soemanto (2008) menyatakan, “Orang tua atau keluarga juga merupakan peletak dasar bagi persiapan anak-anak agar dimasa yang akan datang dapat menjadi pekerja yang efektif”. Teori Konvergensi (Walgito, 2004) menyatakan bahwa lingkungan sekitar mempunyai peranan yang penting dalam perkembangan individu.

Wibowo (2011) mengemukakan bahwa kenyataan yang banyak terjadi membenarkan teori ini. Seseorang yang tumbuh di lingkungan pedagang secara relatif akan mempunyai kesempatan yang lebih besar untuk menjadi pedagang. Demikian pula individu lain yang tumbuh di lingkungan petani, nelayan, wirausaha, guru, dan sebagainya. Jiwa kewirausahaan juga bisa tumbuh dan berkembang karena pengaruh lingkungan fisik di sekitarnya.

Keluarga merupakan kelompok sosial pertama dalam kehidupan manusia tempat belajar dan menyatakan diri sebagai manusia sosial di dalam hubungan interaksi dengan kelompoknya. Dalam keluarga, seorang anak pertama-tama belajar memperhatikan keinginan orang lain, bekerjasama, bantu membantu, atau sebagai makhluk sosial dan mempunyai norma-norma dan kecakapan-kecakapan tertentu dalam pergaulannya dengan orang lain (Sobur, 2003).

Lingkungan keluarga dengan segala kondisi yang ada didalamnya yang meliputi latar belakang anggota keluarga, tradisi keluarga dan cara orang tua mendidik, akan dapat menunjang, membimbing dan mendorong seseorang khususnya mahasiswa untuk kehidupannya mendatang (Ekawati, 2015).

b. Lingkungan Sosial

Lingkungan sosial merupakan hubungan interaksi antara masyarakat dengan lingkungan. Interaksi ini terjadi bila di antara individu yang satu dengan yang lain mempunyai hubungan yang erat dan saling mengenal dengan baik, misalnya keluarga (Tisa, 2018). Selain dari lingkungan keluarga dan lingkungan sosial, lingkungan kampus juga termasuk dalam faktor eksternal.

Pengertian pendidikan menurut Notoatmodjo (2013), menjelaskan bahwa : Pendidikan secara umum adalah segala upaya yang direncanakan untuk mempengaruhi orang lain baik individu,

kelompok, atau masyarakat sehingga mereka melakukan apa yang diharapkan oleh pelaku pendidikan.

Menurut Carter V. Good (1997) mengemukakan bahwa pendidikan adalah proses pengembangan kecakapan seseorang dalam bentuk sikap dan perilaku yang berlaku dalam masyarakatnya. Proses sosial dimana seseorang dipengaruhi oleh sesuatu lingkungan yang terpimpin (khususnya di sekolah) sehingga ia dapat mencapai kecakapan sosial dan pengembangan kepribadiannya.

Menurut S. A. Bratanata dkk (1991) pendidikan adalah usaha yang sengaja diadakan baik langsung maupu dengan cara tidak langsung untuk membantu anak dalam perkembangannya dalam mencapai kedewasaan (Ekawati, 2015).

3. Faktor Internal

Faktor internal berasal dari dalam diri seseorang, sebagai contoh adalah faktor jasmaniah dan psikologis (Yulianingsih, 2021). Suatu kegiatan usaha yang dilakukan perusahaan tentunya selalu dihadapkan pada situasi dan kondisi yang selalu berubah. Situasi dan kondisi tersebut tidak mungkin dilaksanakan tanpa adanya proses penyesuaian terhadap kondisi eksternal dan internal yang ada. Jadi, lingkungan internal atau faktor internal merupakan cerminan kekuatan atau kelemahan dari suatu organisasi perusahaan dan dapat mencerminkan kemampuan manajemen untuk mengelola perusahaan. Hal ini dapat menunjukkan kekuatan sumber daya, meliputi segala aspek materal atau nonmaterial yang dimiliki perusahaan dalam menjalankan kegiatan usaha da fungsinya untuk berproduksi yang dimiliki perusahaan dalam menjalankan kegiatan usaha dan fungsinya untuk berproduksi secara komersial (Siagian, 2019).

Menurut Siswadi (2013) faktor internal meliputi Motivasi Pribadi dan Kepribadian.

a. Motivasi Pribadi

Supardi dan Anwar dalam penelitian Siswadi (2013) mengatakan motivasi adalah keadaan dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu guna mencapai tujuan. Motivasi yang ada pada seseorang akan mewujudkan suatu perilaku yang diarahkan pada tujuan mencapai sasaran kepuasan. Motivasi merupakan hal yang melatarbelakangi individu berbuat untuk mencapai tujuan tertentu.

Motivasi adalah keadaan dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu guna mencapai tujuan (Handoko, 2003).

Menurut Siswanto (2003) mengartikan motivasi sebagai keadaan kejiwaan atau menggerakkan dan mengarah atau menyalurkan perilaku kearah pencapaian kebutuhan yang memberi kepuasan atau mengurangi ketidakseimbangan. Lain halnya dengan Stevenson (2001) yang mendefinisikan motivasi sebagai insentif, dorongan, atau stimulus untuk bertindak dimana motivasi adalah semua hal verbal, fisik atau psikologis yang membuat seseorang melakukan sesuatu sebagai respon.

Teori motivasi yang dikembangkan oleh Abraham H. Maslow (1954) pada intinya berkisar pada pendapat bahwa manusia mempunyai lima tingkat atau hierarki kebutuhan, yaitu : (1) kebutuhan fisiologikal (2) kebutuhan rasa aman ; (3) kebutuhan akan kasih sayang; (4) kebutuhan akan harga diri; dan (5) aktualisasi diri, dalam arti tersedianya kesempatan bagi seseorang untuk mengembangkan potensi yang terdapat dalam dirinya sehingga berubah menjadi kemampuan nyata.

Menurut Mc Donald yang dikutip Wasty Soemanto (1998), motivasi sebagai perubahan tenaga di dalam diri seseorang yang ditandai oleh dorongan efektif dan reaksi-reaksi mencapai tujuan.

Teori motivasi juga dikembangkan oleh David McClelland. Kebutuhan untuk berprestasi ini ada karena orang-orang memiliki dorongan kuat untuk berhasil. Mereka lebih mengejar prestasi pribadi ketimbang imbalan terhadap keberhasilannya. Mereka bergairah untuk melakukan sesuatu lebih baik dan lebih efisien dibandingkan sebelumnya.

Menurut Lupioyadi (2006) yang dimaksud dengan wirausaha adalah orang yang kreatif dan inovatif serta mampu mewujudkannya untuk peningkatan kesejahteraan diri masyarakat dan lingkungannya. Kreatif bila ia memiliki kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru atau mengadakan sesuatu yang belum ada. Inovatif bila ia mampu membuat sesuatu yang berbeda dari yang sudah ada.

Peran dari seorang wirausaha menurut Suryana (2003) secara umum memiliki 2 peran, yaitu: sebagai penemu dan sebagai perencana. Sebagai penemu, wirausaha menemukan dan menciptakan produk baru, teknologi dan cara baru, ide-ide baru dan organisasi usaha baru. Sedangkan sebagai perencana, wirausaha berperan merancang usaha baru, merencanakan strategi perusahaan baru, merencanakan ide-ide dan peluang dalam perusahaan (Ekawati, 2015).

b. Kepribadian

Law dan Hung dalam penelitian Siswadi (2013) upaya memahami karakteristik wirausaha dengan menggunakan aspek kepribadian menghasilkan karakteristik sebagai berikut : wirausaha cenderung pengambil resiko, berorientasi mencapai hasil, komitmen, toleransi terhadap ketidakpastian dan mempunyai visi (Tisa, 2018).

Menurut Horton (1982:12), pengertian kepribadian adalah keseluruhan sikap, perasaan, ekspresi, dan temperamen seseorang. Sikap, perasaan, ekspresi, dan temperamen itu akan terwujud dalam

tindakan seseorang jika dihadapkan pada situasi tertentu. Setiap orang mempunyai kecenderungan berperilaku yang baku, atau berpola dan konsisten, sehingga menjadi ciri khas pribadinya.

Menurut Schaefer dan Lamm (1998:97) adalah sebagai keseluruhan pola sikap, kebutuhan, ciri-ciri khas, dan perilaku seseorang. Pola berarti sesuatu yang sudah menjadi standar atau baku, berlaku terus-menerus secara konsisten dalam menghadapi situasi yang dihadapi. Pola perilaku dengan demikian juga merupakan perilaku yang sudah baku, yang cenderung ditampilkan seseorang jika ia dihadapkan pada situasi kehidupan tertentu. Orang yang pada dasarnya pemalu cenderung menghindarkan diri dari kontak mata dengan lawan bicaranya (Ekawati, 2015).

4. Minat Berwirausaha

Minat adalah perasaan tertarik atau berkaitan pada sesuatu hal atau aktivitas tanpa ada yang meminta/menyuruh yang mana minat seseorang dapat di ekspresikan melalui pernyataan yang menunjukkan seseorang lebih tertarik pada suatu obyek lain dan melalui partisipasi dalam suatu aktivitas.

Definisi lain tentang minat adalah kecenderungan untuk memperhatikan dan mencari obyek tertentu, perhatian terhadap obyek cenderung perilaku individu. Menurut Loekmono minat merupakan kecenderungan untuk merasa tertarik atau terdorong untuk memperhatikan seseorang, sesuatu barang atau kegiatan dalam bidang-bidang tertentu.

Menurut Mappiare (1982) minat merupakan perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan, harapan, pendirian prasangka, rasa takut dan kecenderungan-kecenderungan lain yang mengarahkan individu pada suatu pilihan tertentu.

Minat berwirausaha adalah kecenderungan hati dalam diri subjek untuk tertarik menciptakan suatu usaha yang kemudian

mengorganisir, mengatur, menanggung resiko dan mengembangkan usaha yang diciptakan sendiri.

Minat berwirausaha yaitu minat seseorang mendirikan usaha dan mengelola pertumbuhan usahanya sendiri. Dapat dipahami bahwa munculnya suatu kegiatan usaha berawal dari keinginan seseorang untuk menjadi seorang wirausaha (Trihudyatmanto, 2019).

Menurut Mahesa dan Rahardja memberikan pengertian minat berwirausaha yaitu kecenderungan hati dalam diri subjek untuk tertarik menciptakan suatu usaha yang kemudian mengorganisir, mengatur, menanggung resiko dan mengembangkan usaha yang diciptakannya sendiri (Tisa, 2018)

Winkel (2004), minat diartikan sebagai kecenderungan subyek yang menetap, untuk tertarik pada bidang studi atau pokok bahasan tertentu dan merasa senang mempelajari materi itu. Minat ialah perasaan tertarik pada suatu topik yang sedang dibahas atau dipelajari untuk itu kerap digunakan istilah “perhatian”. Perhatiandalam arti “minat” perlu dibedakan dari perhatian dalam arti “konsentrasi”, ebagaimana dijelaskan di atas. Antara minat dan berperasaan senang terhadap hubungan timbal balik, sehingga tidak mengherankan kalau siswa yang berperasaan tidak senang, akan kurang berminat, dan sebaliknya.

Menurut Loekmono (1994) mengungkapkan bahwa minat dapat diartikan kecenderungan untuk merasa tertarik atau terdorong untuk memperhatikan seseorang, sesuatu barang atau kegiatan dalam bidang-bidang tertentu. Minat merupakan salah satu hal ikut menentukan keberhasilan seseorang dalam segala bidang, baik studi, kerja dan kegiatan-kegiatanlain. Minat pada suatu bidang tertentu akan memunculkan perhatian terhadap bidang tertentu.

Menurut Mappiare (1982) minat merupakan perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka, rasa takut dan kecenderungan- kecenderungan lain yang mengarahkan individu pada suatu pilihan tertentu. Santoso (1939)

menegaskan minat berwirausaha adalah keinginan, ketertarikan serta kesediaan untuk bekerja keras atau berkemauan keras untuk berdikari atau berusaha memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa merasa takut dengan resiko yang akan terjadi, serta senantiasa belajar dari kegagalan yang dialami.

Menurut uraian tentang minat dan wirausaha di atas, minat berwirausaha adalah kecenderungan hati dalam diri subyek untuk tertarik menciptakan suatu usaha yang kemudian mengorganisir, mengatur, menanggung risiko dan mengembangkan usaha yang diciptakannya tersebut (Ekawati, 2015).

C. Landasan Teologis

Secara etimologis, *Theologi* berasal dari kata Yunani yang terdiri dari kata *Theos* yang berarti Tuhan atau Dewa dan *Logos* yang berarti pengetahuan. *Theologi* dapat diartikan sebagai Ilmu Ketuhanan atau science of god. Teologi adalah ilmu yang mengutamakan pemahaman masalah Tuhan dengan pendekatan logis dari ilmu dasar tauhid yang bersama-sama dengan syariat membentuk tujuan-tujuan keagamaan tertentu (Ahmad, 2003).

Dalam al-quran terdapat ayat yang menjelaskan tentang bisnis dan usaha yaitu Qs. An-Nisa Ayat 29 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya:

"Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perdagangan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu".

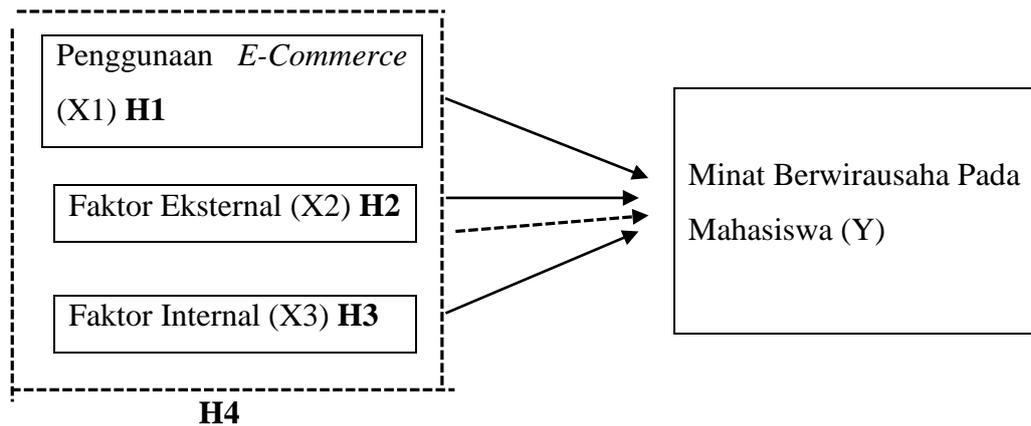
Ayat diatas menjelaskan bahwa yang diperbolehkan dalam memakan harta orang lain adalah dengan jalan peniagaan yang saling “berkeridhaan” (suka sama suka) diantatamu (kedua belah pihak). Walaupun kerelaan adalah sesuatu yang tersembunyi di lubuk hati, tetapi indikator dan tanda-tandanya dapat terlihat ijab dan qabu;, atau apa saja yang dikenal dalam adat kebiasaan sebagai serah terima adalah bentuk-bentuk yang digunakan hukum untuk menunjukka kerelaan.

Bersandar pada ayat ini, Imam Syafi’I berpendapat bahwa jual beli tidak sah menurut syariat melainkan jika ada disertai dengan kata-kata yang menandakan persetujuan, sedangkan menurut Imam Malik, Abu Hanifah, dan Imam Ahmad cukup dengan dilakukannya serah terima barang yang bersangkutan karena perbuatan yang demikian itu sudah dapat menunjukkan atau menandakan persetujuan atau suka sama suka.

Ulama berbeda pendapat mengenai sampai dimana batas “berkeridhaan” itu. Satu golongan berkata, sempurna berlaku keridhaan pada ketika kedua belah pihak adalah sesudah mereka berpisah setelah dilakukan akad. Menurut Syaukani yang dihitung jual beli itu adalah adanya ridla hati, dengan senang, tapi tidak harus dengan ucapan, bahkan jika perbuatan dan gerak-gerik sudah menunjukkan yang demikian, maka itu sudah cukup dan memadai. Sedangkan Imam Syafi’i dan Imam Hanafi mensyaratkan akad itu sebagai bukti keridhaannya. Ridha itu adalah suatu tindakan tersembunyi yang tidak dapat dilihat, sebab itu wajiblah menggantungkannya dengan satu syarat yang dapat menunjukkan ridha ialah dengan akad (Syofyan, 2012).

D. Kerangka Penelitian

Untuk mempermudah dalam memahami penelitian, penulis menggambarkan kerangka pemikiran.



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Penelitian

E. Hipotesis

Hipotesis yakni klaim sementara terhadap perkembangan makalah penelitian. Dikatakan sementara karena jawaban hanya berdasarkan pada teori yang relevan daripada fakta empiris dari data yang dikumpulkan (Sugiyono, 2015). Hipotesis adalah pernyataan tentang hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat, dan hubungan dari keduanya dapat diuji secara empiris. Hipotesis dari penelitian ini adalah :

a. Pengaruh Penggunaan E-commerce Terhadap Minat Berwirausaha

E-Commerce adalah perusahaan yang sangat intensif yang menggunakan teknologi sebagai cara untuk berinteraksi dengan pelanggan. Interaksi ini bisa dimulai dengan berhubungan pengenalan, pelayanan, pembayaran dan promosi. Di era saat ini, E-Commerce sangat berkembang pesat sehingga mendapatkan respon yang cepat dari konsumen atau pelanggan (Yoganingsih, 2021).

Menurut Zimerer dan Scarborough, faktor menjadi wirausahawan diantaranya ekonomi jasa, kemajuan teknologi, gaya hidup, dan peluang internasional, dari pendapat tersebut yang berkembang saat ini adalah teknologi dan gaya hidup yang sangat berpotensi untuk para wirausahawan (Rahayu, 2022). Didukung oleh penelitian Dorris Yadewani (2017) yang membuktikan bahwa terdapat pengaruh e-commerce terhadap keinginan berwirausaha pada mahasiswa AMIK Jayanusa Padang. Berdasarkan uraian tersebut hipotesis pertama (H1) adalah :

H1 : Penggunaan *E-Commerce* berpengaruh terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa.

b. Pengaruh Faktor Eksternal Terhadap Minat Berwirausaha

Menurut Robbin dan Coulter (2013) Faktor eksternal atau lingkungan eksternal adalah faktor-faktor yang berada diluar kendali yang mempengaruhi perusahaan mengenai arah dan tindakan, yang pada akhirnya juga mempengaruhi struktur organisasi dan proses internalnya. Faktor dimana bersumber dari luar diri seseorang merupakan Faktor Eksternal (Santosa, 2017). Didukung oleh penelitian Kukuh Mulyanto (2021) yang membuktikan bahwa Faktor Eksternal memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi wirausaha. Berdasarkan uraian tersebut hipotesis kedua (H2) adalah :

H2 : Faktor Eksternal berpengaruh terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa.

c. Pengaruh Faktor Internal Terhadap Minat Berwirausaha

Faktor dimana bersumber dari dalam diri merupakan Faktor Internal, contohnya faktor jasmaniah dan psikologis. (Yulianingsih, 2021). Didukung oleh penelitian Kukuh Mulyanto (2021) yang membuktikan bahwa Faktor Internal memiliki pengaruh positif dan signifikan pada minat menjadi wirausaha. Berdasarkan uraian tersebut hipotesis ketiga (H3) adalah :

H3 : Faktor Internal berpengaruh terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa.

d. Pengaruh Penggunaan *E-commerce*, Faktor Eksternal dan Faktor Internal Secara Bersama-sama Terhadap Minat berwirausaha

E-commerce adalah sebuah sistem yang digunakan untuk proses pembelian dan penjualan. *E-commerce* membuka sebuah peluang bagi setiap orang untuk berwirausaha (Situmoran, 2021). Faktor dimana bersumber dari luar diri seorang wirausaha merupakan Faktor Eksternal.

Faktor dimana bersumber dari dalam diri seorang wirausaha merupakan Faktor Internal.

Didukung oleh penelitian Jurnal Yadewani (2017) yang membuktikan bahwa Penggunaan *e-commerce* secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Dan penelitian oleh Andita Tisa (2018) yang membuktikan bahwa secara bersama-sama bahwa faktor internal dan faktor eksternal memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berwirausaha. Berdasarkan uraian tersebut hipotesis keempat (H4) adalah :

H4 : Penggunaan *E-Commerce*, Faktor Eksternal dan Faktor Internal secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Pendekatan ini dilakukan karena dalam proses analisis data yang diperoleh merupakan data-data angka (Kusumah, 2018).

B. Tempat dan Waktu Penelitian

a. Tempat Penelitian

Tempat penelitian berlokasi di UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri tepatnya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

b. Waktu Penelitian

Pada penelitian ini, dilaksanakan dari bulan Januari 2022 sampai dengan selesai.

C. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi pada penelitian ini adalah seluruh Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang sudah melaksanakan PBM Angkatan 2017-2019, sebanyak 1.114 Mahasiswa. Populasi tersebut dipilih karena memiliki potensi yang tinggi dalam berwirausaha menggunakan *E-Commerce*.

b. Sampel

Sampel merupakan sebagian dari populasi. Pengambilan sampel dari penelitian ini menggunakan teknik *Purposive Sampling* (Hardani et., 2020). *Purposive Sampling* merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kriteria-kriteria yang di tentukan oleh peneliti (Sugiyono, 2018). Kriteria dari sampel adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang sudah melaksanakan Praktik Bisnis Mahasiswa Angkatan 2017-2019.

Perhitungan sampel mengaplikasikan rumus Slovin dimana memiliki tingkat kesalahan 10 persen. Adapun rumus menghitung besaran sampel yaitu: (Sugiyono, 2018)

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

Dimana :

n = Jumlah sampel yang diperlukan

N = Jumlah populasi

E = Tingkat kesalahan sampel, Penulis menerapkan 10%

$$n = \frac{1.114}{1 + 1.114 (0,1)^2} = 92$$

Jadi, populasi dalam penelitian ini terdiri atas 1.114 Mahasiswa yang sudah melakukan PBM Angkatan 2017-2019. Kemudian yang dijadikan sampel dalam penelitian berjumlah 92 Mahasiswa.

Variabel dan Indikator Penelitian

- a. Dalam penelitian ini, terdapat 4 variabel yaitu Pengaruh *E-Commerce*, Faktor Eksternal, Faktor Internal dan Minat Berwirausaha. Variabel tersebut dibagi menjadi variabel Independen (bebas) dan variabel dependen (terikat).
- b. Indikator Penelitian

Tabel 3.1 Indikator Penelitian

| No | Variabel | Indikator |
|----|---|---|
| 1 | Penggunaan <i>E-Commerce</i> (X1) Independen | <ol style="list-style-type: none"> 1. E-commerce mudah diakses untuk digunakan. 2. Kenyamanan pada saat melakukan belanja 3. Kelengkapan produk yang dijual. 4. Kemudahan pencarian produk. |

| | | |
|---|--|---|
| | | (Achmad, 2018) |
| 2 | Faktor Eksternal (X2) Independen | 1. Lingkungan Keluarga 2. Lingkungan sekitar (Lingkungan kampus) (Ekawati, 2015) |
| 3 | Faktor Internal (X3) Independen | 1. Pemasaran Produk 2. Pengelolaan Keuangan (Yulianingsih, 2021) 3. Kemampuan atau Skill dalam berwirausaha |
| 4 | Minat Berwirausaha (Y) Dependen | 1. Mahasiswa yang memiliki minat pada program kewirausahaan. 2. Mahasiswa yang berusaha untuk mendapatkan penghasilan sendiri. (Wijaya, 2017) |

D. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data terkait, digunakan dua metode dalam penelitian ini: metode angket/kuesioner dan metode penelusuran perpustakaan (Internet).

a. Metode kuesioner

Metode kuesioner adalah metode penyebaran kuesioner tertulis tentang proses pelaksanaan kegiatan akademik yang berkaitan dengan variabel yang akan dicari. Berikan kuesioner kepada responden untuk diisi sesuai dengan situasi dunia nyata (Pratomo, 2015).

Nilai skala respon yaitu 5-1 :

Keterangan :

SS = Sangat Setuju (5)

S = Setuju (4)

N = Netral (3)

TS = Tidak Setuju (2)

STS = Sangat Tidak Setuju (1)

b. Metode telusur pustaka (Internet)

Internet merupakan jaringan komputer yang terdiri dari berbagai perangkat komputasi yang menyediakan informasi dan membuat sumber daya dapat diakses oleh orang lain (Putri, 2020).

E. Sumber Data

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang didapatkan dari penyelidikan aktual di lapangan dengan menggunakan semua metode pengumpulan data. Cara paling umum untuk mengumpulkan data primer untuk penelitian kuantitatif adalah penggunaan eksperimen dan survey melalui penyebaran kuesioner (angket). Data primer pada penelitian ini diperoleh dari penyebaran dan pengisian kuesioner yang dibagikan dalam bentuk google form kepada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang sudah melaksanakan Praktik Bisnis Mahasiswa angkatan 2017-2019.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang dikumpulkan oleh lembaga pengumpulan data dan dipublikasikan kepada para pengguna data (Samsu, 2013). Data sekunder dari penelitian ini adalah data yang berasal dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan jurnal, skripsi ataupun artikel dari internet tentang *e-commerce*, faktor eksternal, faktor internal, dan minat berwirausaha.

F. Metode Analisis Data

Mentransformasi Data Ordinal ke Interval

Pada penelitian ini hasil yang diperoleh dari jawaban kuesioner dengan menggunakan skala likert adalah data ordinal. Seperti halnya pada analisis regresi linier sederhana, variabel-variabel yang akan dianalisis dengan uji regresi linier berganda juga harus berskala interval atau rasio. Agar dapat dianalisis secara statistik maka data tersebut harus

diubah menjadi data interval (Sugiyono, 2006). Menurut Sedarmayanti dan Syarifudin Hidayat (2015), *Method of Successive* (MSI) adalah metode penskalaan untuk menaikkan skala pengukuran interval. Berdasarkan konsep tersebut dapat ditinjau bahwa MSI merupakan merupakan alat untuk mengubah data menjadi interval. Dalam proses pengolahan data MSI tersebut, peneliti menggunakan bantuan *Additional Instrument (Add-Ins)* pada Microsoft Excel.

G. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Validitas yakni suatu ukuran keefektifan atau tingkat keabsahan dari suatu instrumen. Suatu instrumen dapat dikatakan valid jika dapat mengukur apa yang diinginkan dan mewakili data dari variabel yang diteliti (Arikunto, 2013). Pada penelitian ini uji validitas dilakukan dengan uji korelasi person menggunakan SPSS. Berikut ini adalah rumus dari korelasi person :

$$r_{xy} = \frac{N\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N\sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan :

r_{xy} = korelasi *product moment*

$\sum X$ = jumlah skor masing-masing item (total)

$\sum Y$ = jumlah skor seluruh item (total)

$\sum X^2$ = kuadrat dari jumlah skor tiap item

$\sum Y^2$ = kuadrat dari skor total

n = jumlah subyek yang diselidiki

Adapun syarat dalam uji validitas yang dikemukakan oleh Sugiyono (2017) dengan kriteria sebagai berikut :

- a) Apabila nilai r hitung $>$ r tabel maka *item* dinyatakan valid.
 - b) Apabila nilai r hitung $<$ r tabel maka *item* dinyatakan tidak valid.
- b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas ialah penerjemahan dari kata *reliability* yang mempunyai asal kata *rely* yang artinya percaya, sedangkan *reliabel* artinya dapat dipercaya. Keterpercayaan berhubungan dengan ketepatan dan konsistensi (Siyoto, 2015). Penelitian ini menggunakan SPSS dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* karena instrument penelitian ini berbentuk angket dan skala bertingkat. Suatu angket dapat dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* $\geq 0,6$ (Duli, 2019).

Instrumen dapat dikatakan reliabel apabila instrumen tersebut cukup baik untuk mendeteksi data yang reliabel. Reliabilitas menunjuk pada pembahasan bahwa instrumen cukup handal untuk digunakan sebagai alat penghasil data karena sudah cukup baik (Arikunto, 2013). Rumus untuk menguji validitas suatu instrumen yaitu rumus *Alpha Cronbach*:

$$r_{11} = \left(\frac{K}{K-1} \right) \left(1 - \frac{\sum Ob^2}{O_1^2} \right)$$

Keterangan :

- r_{11} = reliabilitas instrumen
- k = banyaknya butir pertanyaan
- $\sum Ob^2$ = varians butir

2. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Menurut Basuki & Imanudin (2015), Uji Kolmogorov-Smirnov (K-S) digunakan dalam menguji normalitas dengan hasil jika nilai $\text{sig} > 0,05$ maka residual menunjukkan distribusi normal (Fathurrahman, 2018).

2. Uji Multikolinearitas

Menurut Basuki & Imanudin (2015), Metode Variance Inflation Faktor (VIF) digunakan untuk uji multikolinieritas. Ketentuannya sebagai berikut :

- a. Jika nilai $VIF \geq 10$, maka antar variabel bebas terjadi persoalan multikolinearitas.
- b. Jika nilai $VIF < 10$, maka antar variabel bebas tidak terjadi persoalan multikolinearitas (Fathurrahman, 2018).

3. Uji Heterokedastisitas

Menurut Basuki & Imanudin (2015) Menggunakan uji Glejser untuk menguji heteroskedastisitas. Syaratnya model regresi tidak mengalami heteroskedastisitas kecuali jika nilai sig menunjukkan hubungan yang signifikan antara semua variabel independen dan nilai residual absolut. (Fathurrahman, 2018). Ketentuan pengambilan keputusan pada Uji Glejser yang dilakukan yaitu mengregresikan variabel independen dengan nilai absolut residualnya, dengan kesimpulan berikut :

- a. Apabila nilai signifikansi (Sig) ≥ 0.05 , maka menunjukkan gejala heterokedastisitas.
- b. Apabila nilai signifikansi (Sig) < 0.05 , maka menunjukkan gejala heterokedastisitas dalam model regresi (Febry & Teofilus, 2020)

3. Uji Regresi Linear Berganda

Diketahui bahwa dalam regresi berganda variabel tergantung dipengaruhi oleh dua atau lebih variabel bebas sehingga hubungan fungsional antara variabel tergantung (Y) dengan variabel bebas (X1, X2, X3) (Suliyanto, Ekonometrika Terapan, 2011). Uji analisis regresi linear berganda dilakukan pada penelitian ini yaitu untuk mengetahui apakah ada Pengaruh Antara Penggunaan *E-Commerce* (X1), Faktor Eksternal (X2), Faktor

Internal (X3) Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Yang Sudah Melakukan Praktik Bisnis Mahasiswa (Y).

Adapun persamaan regresi linear berganda yaitu :

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

Dimana :

Y = Minat Berwirausaha

a = Konstanta

b₁ = Koefisien regresi untuk X₁

b₂ = Koefisien regresi untuk X₂

b₃ = Koefisien regresi untuk X₃

X₁ = Penggunaan *E-Commerce*

X₂ = Faktor Eksternal

X₃ = Faktor Internal

ε = Nilai Residu (Kesalahan Pengganggu)

a) Uji Parsial (Uji t)

Uji Parsial digunakan untuk menguji apakah variabel bebas berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat atau tidak. Suatu variabel dikatakan memiliki pengaruh apabila t hitung lebih besar dari t tabel (Suliyanto, *Ekonometrika Terapan*, 2011). Berikut merupakan hipotesis penelitian dari uji parsial dalam penelitian ini.

1. H₀ = Penggunaan *E-Commerce*, Faktor Eksternal dan Faktor Internal secara parsial tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa.

H_a = Penggunaan *E-Commerce*, Faktor Eksternal dan Faktor Internal secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa.

Adapun kriteria uji t satu arah positif yaitu :

H_0 diterima atau H_a ditolak jika : $t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$,
dan $\text{sig.} > 0,05$.

H_0 ditolak atau H_a diterima jika : $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$,
dan $\text{sig.} \leq 0,05$, arah koefisien positif.

Adapun kriteria uji t satu arah negatif yaitu :

H_0 diterima atau H_a ditolak jika : $t \text{ hitung} \geq t \text{ tabel}$,
dan $\text{sig.} > 0,05$.

H_0 ditolak atau H_a diterima jika : $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$,
dan $\text{sig.} \leq 0,05$, arah koefisien negative.

b) Uji Simultan (Uji F)

Uji Simultan digunakan untuk menguji apakah variabel bebas yang digunakan dalam model dapat menjelaskan variabel tersebut. Kemudian digunakan juga apakah model tersebut masuk dalam kategori cocok atau tidak untuk dapat disimpulkan (Suliyanto, Ekonometrika Terapan, 2011). Untuk menghitung besarnya F hitung digunakan rumus sebagai berikut :

$$F = \frac{R^2/(K-1)}{1-R^2/(K-1)}$$

Dimana :

F = Nilai F hitung

R^2 = Koefisien Determinasi

k = Jumlah Variabel

n = Jumlah Pengamatan (Ukuran Sampel)

Berikut merupakan hipotesis penelitian dalam Uji Bersama-sama, yaitu :

H_0 = Penggunaan *E-Commerce*, Faktor Eksternal Dan Faktor Internal Secara Bersama-sama Tidak Berpengaruh Signifikan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa.

H_a = Penggunaan *E-Commerce*, Faktor Eksternal Dan Faktor Internal Secara Bersama-sama Berpengaruh Signifikan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa.

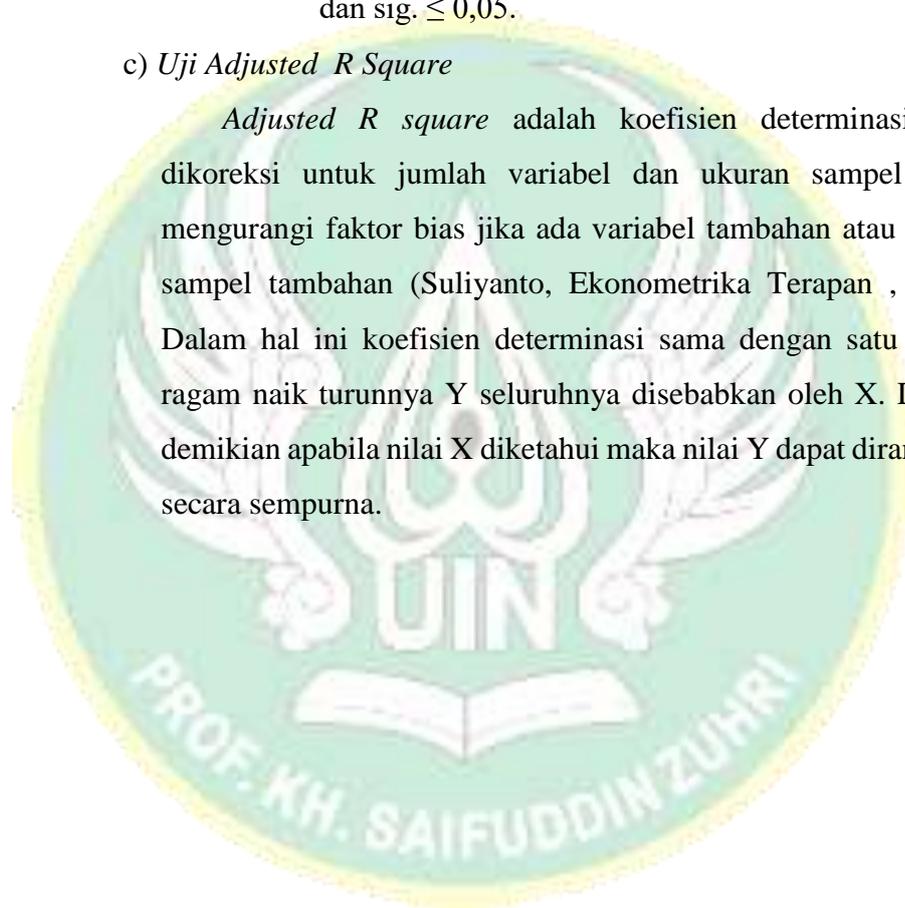
Adapun kriteria uji bersama-sama (uji f) yaitu :

H_0 diterima atau H_a ditolak jika : $F_{hitung} < F_{tabel}$,
dan $sig. > 0,05$.

H_0 ditolak atau H_a diterima jika : $F_{hitung} \geq F_{tabel}$,
dan $sig. \leq 0,05$.

c) *Uji Adjusted R Square*

Adjusted R square adalah koefisien determinasi yang dikoreksi untuk jumlah variabel dan ukuran sampel untuk mengurangi faktor bias jika ada variabel tambahan atau ukuran sampel tambahan (Suliyanto, *Ekonometrika Terapan*, 2011). Dalam hal ini koefisien determinasi sama dengan satu berarti ragam naik turunnya Y seluruhnya disebabkan oleh X. Dengan demikian apabila nilai X diketahui maka nilai Y dapat diramalkan secara sempurna.



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah singkat UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

Pada tanggal 11 Mei 2021 Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto beralih status menjadi Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto hal tersebut tertera dalam Peraturan Presiden RI Nomor 41 tahun 2021, hal tersebut merupakan upaya untuk melahirkan Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri (PTKIN) guna mengintegrasikan secara nyata Antara ilmu pengetahuan Islam beserta ilmu ilmu pengetahuan umum. Kemudian nama UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto terpilih dengan harapan agar para mahasiswa termotivasi untuk mengambil jalan yang sama atas dedikasinya dalam pendidikan di Purwokerto khususnya. Sejauh ini UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto terdiri atas lima fakultas dengan dua puluh satu program studi sarjana dan tujuh program studi pascasarjana serta satu doctoral dan terdapat program enam magister yang tersedia.

2. Lokasi UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto

Lokasi kampus UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri yaitu di Jl. A. Yani No. 40A Purwokerto (Tim Penyusun Panduan Akademik, 2021). Adapun jarak tempuh ke pusat Pemerintahan antara lain:

- a) Jarak dari kecamatan Purwokerto Utara sejauh ± 2 km.
 - b) Jarak dari pusat Pemerintahan Kota Administratif sejauh $\pm 2,5$ km.
 - c) Jarak dari Ibu Kota Kabupaten atau Kota Madya sejauh 1,7 km
- Demikian perhitungan jarak tempuh antara kampus UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri dengan pusat Pemerintahan, adapun selanjutnya lokasi kampus yang baru sebagai berikut: Kampus UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri saat ini sedang melakukan

pengembangan dan pembangunan gedung baru di lokasi lain secara bertahap yang berada di Kelurahan Karangsentul, Kecamatan 46 Padamara, Purbalingga. Dan lahan ini merupakan lahan yang berasal dari hibah, dengan tanah seluas 17 hektar, yang nantinya akan dibangun Fakultas Sains dan Teknologi (Saintek), kemudian dibangun Kampus Industri Kreatif, 2 Laboratorium, serta masjid dan auditorium (Romadhon, 2021).

3. Sejarah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam merupakan salah satu Fakultas yang dimiliki UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam memiliki Jurusan Ekonomi Syariah, Perbankan Syariah. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam memiliki tanggung jawab untuk menerjemahkan ilmu keislaman dan sosial pada tatanan praktis (humanisasi ilmu-ilmu Keislaman). Hal ini mendorong Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam membenahi soft skill mahasiswanya dengan upaya sistematis praktis dan integralistik melalui penguasaan ilmu ekonomi dan bisnis islam secara teoretis dan praktis. Hal ini bertujuan untuk memberikan kontribusi pemikiran serta mampu memberikan problem solving pada permasalahan ekonomi, sosial dan kemasyarakatan.

Pendidikan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam tidak dapat dilepaskan dari pesatnya pertumbuhan sektor ekonomi yang berbasis syariah seperti perbankan syariah, asuransi syariah (takaful), lembaga keuangan mikro syariah, perhotelan, dan bisnis lainnya yang pengelolaannya dilakukan secara syariah. Industri perbankan syariah yang ditargetkan mencapai market share lima persen membuat pengembangan pendidikan Ekonomi Islam harus selaras dengan

kebutuhan masyarakat. Target tersebut harus didukung pula oleh Sumber Daya Manusia yang berkualitas, sehingga diperlukan banyak penambahan SDM baru. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam membuat ajang intellectual exercise dan berusaha berkontribusi terhadap ilmu pengetahuan yang bisa diakses secara luas oleh masyarakat dengan menerbitkan jurnal *ElJizya* yang memfokuskan kajian pada bidang ekonomi syariah dan perbankan syariah. Lahirnya jurnal tersebut, diharapkan menjadi eksplorasi bagi sivitas akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto sehingga keunggulan intelektual mampu menjadi agen of change.

- a) Visi, Misi, dan Tujuan FEBI UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto
- a. Visi : “Menjadi Fakultas yang Unggul, Progresif dan Integratif dalam Pengembangan Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam di ASEAN tahun 2040”
 - b. Misi:
 - 1) Menyelenggarakan pendidikan ekonomi dan bisnis Islam yang unggul, progresif, dan integratif;
 - 2) Menjadi Research center dalam bidang ekonomi dan bisnis Islam;
 - 3) Menyelenggarakan pengabdian pada masyarakat melalui program kemitraan dan kerjasama;
 - 4) Mencetak lulusan yang mandiri berintegritas dan islami dengan bekal ilmu pengetahuan, hard dan soft skill;
 - 5) Menyelenggarakan tata kelola dan pelayanan prima pendidikan tinggi.
 - c. Tujuan :
 - 1) Melahirkan jurusan dan program studi yang unggul dan mampu bersaing di tingkat nasional dan regional;

- 2) Menghasilkan lulusan yang kreatif, inovatif dan profesional di bidang ekonomi dan bisnis Islam, perbankan Islam, perzakatan dan perwakafan;
- 3) Menghasilkan lulusan yang memiliki keunggulan dalam pengetahuan, hard skill dan soft skill sesuai dengan tuntutan stakeholder (pengguna lulusan) dan mampu berkompetisi di tingkat nasional dan regional;
- 4) Menghasilkan iklim akademik yang sinergis dan berkelanjutan dengan sistem informasi manajemen berbasis ICT (Information and Communication of technology);
- 5) Melahirkan Sumber Daya Manusia yang berbudaya organisasi dan adaptif terhadap perubahan zaman;
- 6) Menghasilkan karya ilmiah dalam bidang ekonomi dan bisnis Islam, perbankan Islam, perzakatan dan perwakafan. Yang dipublikasikan dalam jurnal;
- 7) Menjadikan FEBI sebagai pusat penelitian bidang ilmu-ilmu ekonomi dan bisnis Islam, perbankan Islam, perzakatan dan perwakafan;
- 8) Menjadikan lembaga-lembaga nasional dan internasional sebagai mitra kerjasama dalam bidang keilmuan dan teknologi yang berimplikasi pada peningkatan kesejahteraan masyarakat;
- 9) Menjalinkan kerjasama dengan alumni untuk membentuk jaringan kerjasama dalam meningkatkan kualitas outcome;
- 10) Menghasilkan lulusan yang memiliki kemandirian dalam ekonomi dan bisnis Islam perbankan Islam, perzakatan dan perwakafan;
- 11) Melahirkan output yang berbudi luhur, berjiwa entrepreneurship dan berintegritas dan bermoral (Tim Penyusun Panduan Akademik, 2021).

- b) Jurusan Dalam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto mencakup tiga macam program studi, Antara lain yaitu:
- 1) Ekonomi Syariah (ES);
 - 2) Perbankan Syariah (PS);
 - 3) Manajemen Zakat dan Wakaf (MAZAWA)

B. Karakteristik Responden Penelitian

Berdasarkan hasil kuesioner yang dibagikan kepada responden yaitu Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang sudah melaksanakan Praktik Bisnis Mahasiswa Angkatan 2017-2019, yang dilakukan pada tanggal 30 Juli 2022 s/d 15 Agustus 2022, maka dapat diambil beberapa gambaran tentang karakteristik responden yang diteliti meliputi jenis kelamin, prodi, dan angkatan. Adapun karakteristik responden sebagai berikut :

1. Distribusi Frekuensi Responden Jenis Kelamin

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

| | | Jenis Kelamin | | | |
|-------|-----------|---------------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Laki-Laki | 22 | 23.9 | 23.9 | 23.9 |
| | Perempuan | 70 | 76.1 | 76.1 | 100.0 |
| | Total | 92 | 100.0 | 100.0 | |

Sumber data diolah SPSS (20) 2022

Berdasarkan responden data tersebut diketahui karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin menunjukkan bahwa responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 22 mahasiswa dengan jumlah presentase sebesar 23,9%, dan jumlah responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 70 mahasiswa dengan jumlah presentase sebesar 76,1%. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa jumlah responden dalam penelitian ini lebih banyak berjenis kelamin perempuan daripada laki-laki.

2. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Program Studi

Tabel 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi

Program Studi

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Ekonomi Syariah | 60 | 65.2 | 65.2 | 65.2 |
| Manajemen Zakat dan Wakaf | 4 | 4.3 | 4.3 | 69.6 |
| Perbankan Syariah | 28 | 30.4 | 30.4 | 100.0 |
| Total | 92 | 100.0 | 100.0 | |

Sumber data diolah 20 (2022)

Berdasarkan responden data tersebut diketahui karakteristik responden berdasarkan program studi menunjukkan bahwa responden dengan program studi Ekonomi Syariah sebanyak 60 mahasiswa dengan jumlah presentase sebesar 65,2%, jumlah responden dengan program studi Manajemen Zakat dan Wakaf sebanyak 4 mahasiswa dengan jumlah presentase sebesar 4,3%, dan responden dengan program studi Perbankan Syariah 28 mahasiswa dengan jumlah presentase 30,4%. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa jumlah responden dalam penelitian ini yang terbanyak yaitu responden dengan program studi Ekonomi Syariah.

3. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Angkatan

Tabel 4.3

Karakteristik responden berdasarkan angkatan

Angkatan

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid 2017 | 10 | 10.9 | 10.9 | 10.9 |
| 2018 | 44 | 47.8 | 47.8 | 58.7 |
| 2019 | 38 | 41.3 | 41.3 | 100.0 |
| Total | 92 | 100.0 | 100.0 | |

Berdasarkan responden data tersebut diketahui karakteristik responden berdasarkan angkatan menunjukkan bahwa responden angkatan 2017 sebanyak 10 mahasiswa dengan jumlah presentase sebesar 10,9%, jumlah responden angkatan 2018 sebanyak 44 mahasiswa dengan jumlah presentase sebesar 47,8%, dan responden angkatan 2019 sebanyak 38 mahasiswa dengan jumlah presentase 41,3%. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa jumlah responden dalam penelitian ini yang terbanyak yaitu responden angkatan 2018. Dapat dilihat pada tabel 1.1 angkatan 2018 lebih banyak daripada angkatan 2017 dan 2019.

C. Hasil Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji validitas pada penelitian ini bertujuan untuk mengukur valid atau tidaknya semua item butir kuesioner. Setiap item butir kuesioner memiliki nilai r hitung yang akan diperbandingkan dengan nilai r tabel untuk mendapatkan kesimpulan valid atau tidak. Nilai r tabel diperoleh dengan rumus $df = n - 2$ dengan tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$ uji dua arah. Jika nilai n sebanyak 92 sampel, maka $df = n - 2 = 92 - 2 = 90$ maka nilai r tabel sebesar 0,205. Keputusan pengujian yaitu apabila nilai r hitung $>$ r tabel maka item butir kuesioner berstatus valid. Tetapi apabila nilai r hitung $<$ r tabel maka item butir kuesioner berstatus gugur atau tidak valid.

a) Uji Validitas Variabel Penggunaan *E-commerce*

Kuesioner X_1 tentang penggunaan *e-commerce* yang terdiri dari tujuh item butir pertanyaan. Tujuh item butir pertanyaan ini akan diuji validitasnya menggunakan *software* SPSS. Hasil perbandingan r hitung dan r tabel pengujian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas Data Variabel X1
Penggunaan *E-commerce*

| No. Item | Rhitung | Rtabel | Status |
|----------|---------|--------|--------|
| X1.1 | 0,692 | 0,205 | Valid |
| X1.2 | 0,786 | 0,205 | Valid |
| X1.3 | 0,735 | 0,205 | Valid |
| X1.4 | 0,648 | 0,205 | Valid |
| X1.5 | 0,611 | 0,205 | Valid |
| X1.6 | 0,615 | 0,205 | Valid |
| X1.7 | 0,553 | 0,205 | Valid |

Sumber data diolah SPSS 20 (2022)

Berdasarkan hasil uji validitas variabel X1 diatas dapat diketahui bahwa semua data item 1-7 diperoleh nilai indek validitas lebih besar dari 0,205, maka data butir tersebut dapat dikatakan valid. Hal ini didasarkan pada kriteria jika koefisien korelasi $r > 0,205$, maka item dinyatakan valid.

b) Uji Validitas Variabel Faktor Eksternal

Kuesioner X₂ tentang faktor eksternal yang terdiri dari empat item butir pertanyaan. empat item butir pertanyaan ini akan diuji validitasnya menggunakan *software* SPSS. Hasil perbandingan r hitung dan r tabel pengujian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas Data Variabel X1
Faktor Eksternal

| No. Item | Rhitung | Rtabel | Status |
|----------|---------|--------|--------|
| X2.1 | 0,695 | 0,205 | Valid |
| X2.2 | 0,831 | 0,205 | Valid |

| | | | |
|------|-------|-------|-------|
| X2.3 | 0,752 | 0,205 | Valid |
| X2.4 | 0,707 | 0,205 | Valid |

Sumber data diolah SPSS 20 (2022)

Berdasarkan hasil uji validitas variabel X2 diatas dapat diketahui bahwa semua data item 1-4 diperoleh nilai indek validitas lebih besar dari 0,205, maka data butir tersebut dapat dikatakan valid. Hal ini didasarkan pada kriteria jika koefisien korelasi $r > 0,205$, maka item dinyatakan valid.

c) Uji Validitas Variabel Faktor Internal

Kuesioner X₃ tentang faktor internal yang terdiri dari enam item butir pertanyaan. Enam item butir pertanyaan ini akan diuji validitasnya menggunakan *software* SPSS. Hasil perbandingan r hitung dan r tabel pengujian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas Data Variabel X3
Faktor Internal

| No. Item | Rhitung | Rtabel | Status |
|----------|---------|--------|--------|
| X1.1 | 0,658 | 0,205 | Valid |
| X1.2 | 0,724 | 0,205 | Valid |
| X1.3 | 0,709 | 0,205 | Valid |
| X1.4 | 0,801 | 0,205 | Valid |
| X1.5 | 0,719 | 0,205 | Valid |
| X1.6 | 0,780 | 0,205 | Valid |

Sumber data diolah SPSS 20 (2022)

Berdasarkan hasil uji validitas variabel X1 diatas dapat diketahui bahwa semua data item 1-6 diperoleh nilai indek validitas lebih besar dari 0,205, maka data butir tersebut dapat dikatakan valid. Hal ini didasarkan pada kriteria jika koefisien korelasi $r > 0,205$, maka item dinyatakan valid.

d) Uji Validitas Variabel Minat Berwirausaha

Kuesioner Y tentang minat berwirausaha yang terdiri dari enam item butir pertanyaan. Tujuh item butir pertanyaan ini akan diuji validitasnya menggunakan *software* SPSS. Hasil perbandingan r hitung dan r tabel pengujian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas Data Variabel Y
Minat Berwirausaha

| No. Item | Rhitung | Rtabel | Status |
|----------|---------|--------|--------|
| X1.1 | 0,744 | 0,205 | Valid |
| X1.2 | 0,623 | 0,205 | Valid |
| X1.3 | 0,824 | 0,205 | Valid |
| X1.4 | 0,836 | 0,205 | Valid |
| X1.5 | 0,740 | 0,205 | Valid |
| X1.6 | 0,717 | 0,205 | Valid |

Sumber data diolah SPSS 20 (2022)

Berdasarkan hasil uji validitas variabel Y diatas dapat diketahui bahwa semua data item 1-6 diperoleh nilai indek validitas lebih besar dari 0,205, maka data butir tersebut dapat dikatakan valid. Hal ini didasarkan pada kriteria jika koefisien korelasi $r > 0,205$, maka item dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas ialah penerjemahan dari kata *reliability* yang mempunyai asal kata *rely* yang artinya percaya, sedangkan *reliabel* artinya dapat dipercaya. Keterpercayaan berhubungan dengan ketepatan dan konsistensi (Siyoto, 2015). Penelitian ini menggunakan SPSS dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* karena instrument penelitian ini berbentuk angket dan skala bertingkat. Suatu angket dapat dikatakan reliabel jika nilai

Cronbach Alpha $\geq 0,6$ (Duli, 2019). Uji reliabilitas dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 4.8
Hasil Uji Reliabilitas (92 Responden)

| Variabel | Cronbach's Alpha | Nilai Alpha | Keterangan |
|----------------------------|------------------|-------------|------------|
| Penggunaan E-commerce (X1) | 0,787 | 0,6 | Reliabel |
| Faktor Eksternal (X2) | 0,735 | 0,6 | Reliabel |
| Faktor Internal (X3) | 0,827 | 0,6 | Reliabel |
| Minat Berwirausaha (Y) | 0,841 | 0,6 | Reliabel |

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas pada tabel diatas, uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* pada masing-masing variabel yaitu Penggunaan *E-Commerce* (X1), Faktor Eksternal (X2), Faktor Internal (X3), dan Minat Berwirausaha (Y) lebih besar dari nilai *Alpha* 0,6. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel tersebut dinyatakan *reliabel*.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov (One sampel K-S). Uji ini digunakan untuk menguji apakah penyebaran data berdistribusi normal atau tidak. Penyebaran dapat dikatakan normal apabila nilai sig $> 0,05$ (Suliyanto,2011).

Tabel 4.9
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

| | | Unstandardized Residual |
|----------------------------------|----------------|-------------------------|
| N | | 92 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | 0E-7 |
| | Std. Deviation | 3.18151892 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .100 |
| | Positive | .059 |
| | Negative | -.100 |
| Kolmogorov-Smirnov Z | | .961 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .314 |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber data diolah SPSS 20 (2022)

Berdasarkan tabel, menunjukkan bahwa nilai Asymp. Sig sebesar 0,314 yang berarti nilai tersebut $> 0,05$. Artinya data tersebut normal, sehingga penelitian ini telah memnuhi asumsi normalitas dan dapat dilanjutkan dengan uji asumsi klasik lainnya.

a. Uji Multikolinearitas

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan uji multikolinearitas dengan TOL (Tolerance) dan Variance Inflation Factor (VIF). Uji ini dapat dilakukan dengan melihat TOL dan VIF dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Jika nilai $VIF < 10$ maka tidak terdapat gejala multikolinearitas (Suliyanto

Tabel 4.10
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. | Collinearity Statistics | |
|---------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
| | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 1 (Constant) | 1.329 | 2.120 | | .627 | .532 | | |
| Pengaruh E-Commerce | -.035 | .112 | -.035 | -.310 | .757 | .507 | 1.972 |
| Faktor Eksternal | .624 | .151 | .409 | 4.140 | .000 | .673 | 1.486 |
| Faktor Internal | .375 | .124 | .356 | 3.013 | .003 | .470 | 2.126 |

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

Sumber data diolah SPSS 20 (2022)

Berdasarkan tabel, semua variabel menunjukkan nilai VIF berada dibawah 10 dan nilai TOL diatas 0,1. Variabel Penggunaan E-Commerce Faktor Eksternal dan Faktor Internal menunjukan nilai VIF secara berturut-turut sebesar 1,972; 1,486; 2,126 dan nilai TOL secara berturut-turut sebesar 0,507; 0,673; 0,470. Dari hasil dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas dan dapat dilanjutkan dengan uji yang lainnya.

b. Uji Heterokedastisitas

Dalam penelitian ini metode yang digunakan dalam uji heteroskedastisitas yaitu metode glejser. Apabila t hitung $<$ t tabel dan $sig > 0,05$ maka tidak mengandung gejala heterokedastisitas (Suliyanto,2011).

Tabel 4.11
Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Metode Glejser

Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|--------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | .224 | .098 | | 2.286 | .025 |
| X1 | -.006 | .005 | -.170 | -1.149 | .254 |
| X2 | -.005 | .007 | -.098 | -.762 | .448 |
| X3 | .007 | .006 | .177 | 1.153 | .252 |

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber data diolah SPSS 20 (2022)

Berdasarkan tabel, menunjukkan bahwa nilai sig. semua variabel menunjukkan hasil diatas 0,05. Pada variabel Penggunaan E-Commerce nilai 0,254, Faktor Eksternal menunjukkan nilai 0,448, Faktor Internal menunjukkan nilai 0,252. Dapat disimpulkan bahwa penelitian ini tidak terjadi gejala heterokedastisitas dan penelitian dapat dilanjutkan.

c. Uji Regresi Linear Berganda

Uji regresi linear berganda digunakan untuk jumlah variabel independen lebih dari dua. Dalam penelitian ini, uji regresi linear berganda digunakan untuk melihat pengaruh Penggunaan E-Commerce (X1), Faktor Eksternal (X2) dan Faktor Internal (X3) terhadap Minat Berwirausaha (Y) Adapun hasil uji regresi linear berganda dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.12
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 1.329 | 2.120 | | .627 | .532 |
| | X1 | -.035 | .112 | -.035 | -.310 | .757 |
| | X2 | .624 | .151 | .409 | 4.140 | .000 |
| | X3 | .375 | .124 | .356 | 3.013 | .003 |

a. Dependent Variable: Y

Sumber diolah SPSS 20 (2022)

Hasil pengujian analisis data pada tabel di atas, dapat dirumuskan persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 1.329 - 0,035X_1 + 0,624X_2 + 0,0375X_3$$

Persamaan regresi diatas memperlihatkan hubungan antara variabel dependen secara parsial, persamaan tersebut dapat di interpretasikan sebagai berikut:

- a. $a = 1,329$ adalah konstanta yang artinya apabila penggunaan e-commerce, faktor eksternal dan faktor internal bernilai nol atau tetap, maka minat berwirausaha pada mahasiswa akan sebesar 1,329.
- b. Nilai koefisien regresi penggunaan *e-commerce* -0,035. Artinya jika variabel penggunaan *e-commerce* (X_1) meningkat sebesar 1 satuan dengan asumsi variabel lainnya tetap dan $\alpha=0$, maka mengalami penurunan sebesar 0,035.

- c. Nilai koefisien regresi faktor eksternal 0,624. Artinya, jika variabel faktor eksternal (X_2) meningkat sebesar 1 satuan dengan asumsi variabel lainnya tetap dan $\alpha=0$, maka mengalami peningkatan sebesar 0,624.
- d. Nilai koefisien regresi faktor internal 0,375. Artinya, jika variabel faktor internal (X_3) meningkat sebesar 1 satuan dengan asumsi variabel lainnya tetap dan $\alpha=0$, maka mengalami peningkatan sebesar 0,375.

d. Uji Hipotesis

1. Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh secara parsial antara variabel Penggunaan E-Commerce, Faktor Eksternal dan Faktor Internal terhadap Minat Berwirausaha. Uji parsial ini menggunakan kriteria pengujian dengan signifikansi sebesar 0,05. Adapun tabel output uji t pada **tabel 4.12**.

a) Pengaruh Penggunaan E-Commerce terhadap Minat Berwirausaha

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Penggunaan E-Commerce memiliki nilai t hitung $-0,035 < t$ tabel 1,662 dan nilai signifikansi $0,757 > 0,05$ yang berarti **hipotesis pertama** menyatakan bahwa Penggunaan E-Commerce berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha **ditolak**.

b) Pengaruh Faktor Eksternal terhadap Minat Berwirausaha.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Faktor Eksternal memiliki nilai t hitung $4,140 > t$ tabel 1,662 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ yang berarti **hipotesis kedua** menyatakan bahwa Faktor Eksternal berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha **diterima**.

c) Pengaruh Faktor Internal terhadap Minat Berwirausaha.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Faktor Internal memiliki nilai t hitung $3,013 > t$ tabel 1,662 dan nilai signifikansi $0,003 < 0,05$ yang berarti **hipotesis ketiga** menyatakan bahwa

Faktor Internal berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha **diterima**.

2. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan (Uji F) digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Uji simultan ini menunjukkan kriteria pengujian dengan signifikansi sebesar 0,05. Berikut merupakan tabel hasil uji F.

Tabel 4.13
Uji Simultan (Uji F)
ANOVA^a

| Model | | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1 | Regression | 674.627 | 3 | 224.876 | 21.484 | .000 ^b |
| | Residual | 921.108 | 88 | 10.467 | | |
| | Total | 1595.735 | 91 | | | |

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

b. Predictors: (Constant), Faktor Internal, Faktor Eksternal, Pengaruh E-Commerce

Sumber data diolah SPSS 20 (2022)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara bersama-sama Penggunaan E-Commerce, Faktor Eksternal dan Faktor Internal berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha. Dapat dilihat pada tabel perhitungan anova pada F hitung 21,484 > F tabel 2,709 dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05 maka dari itu **hipotesis keempat** yang menyatakan bahwa Penggunaan E-commerce, Faktor Eksternal dan Faktor Internal secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap Minat Berwirausaha **diterima**.

3. Uji Koefisien Determinasi (Uji *Adjusted R Square*)

Koefisien determinasi merupakan suatu ukuran yang menunjukkan seberapa jauh kemampuan model dalam menerapkan

variasi variabel terikat (dependen). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan uji determinasi berupa Adjusted R Square karena koefisien determinasi yang telah dikoreksi dengan jumlah variabel dan ukuran sampel sehingga dapat mengurangi unsur bias jika terjadi pembahasan variabel maupun penambahan ukuran sampel (Suliyanto, 2011). Hasil uji koefisien determinasi dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.14
Hasil Uji Koefisien Determinasi

| Model Summary ^b | | | | |
|----------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .650 ^a | .423 | .403 | 3.23529 |

a. Predictors: (Constant), Faktor Internal, Faktor Eksternal, Pengaruh E-Commerce

b. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

Sumber data diolah SPSS 20 (2022)

Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,403 (40,3%) artinya variabel Penggunaan *E-Commerce*, Faktor Eksternal, dan Faktor Internal dapat mempengaruhi variabel Minat Berwirausaha sebesar 40,3%, sedangkan sisanya sebesar 59,7% dipengaruhi oleh variabel lain. Seperti variabel harga diri, variabel pendapatan, variabel fleksibilitas, variabel inovasi dan variabel kepemimpinan (Yulia, 2014).

D. Pembahasan

a) Pengaruh Penggunaan E-Commerce terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa

E-Commerce adalah perusahaan yang sangat intensif yang menggunakan teknologi sebagai cara untuk berinteraksi dengan pelanggan. Interaksi ini bisa dimulai dengan berhubungan pengenalan, pelayanan, pembayaran dan promosi. Di era saat ini, *E-*

Commerce sangat berkembang pesat sehingga mendapatkan respon yang cepat dari konsumen atau pelanggan (Yoganingsih, 2021).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Penggunaan *e-commerce* memiliki nilai t hitung $-0,035 < t$ tabel $1,662$ dan nilai signifikansi $0,757 > 0,05$ yang berarti **hipotesis pertama** menyatakan bahwa Penggunaan *e-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha **ditolak**.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam sudah mengetahui adanya *e-commerce* tetapi memilih untuk tetap berwirausaha secara *offline* dan memanfaatkan aplikasi *e-commerce* hanya untuk melakukan pembelian barang saja bukan untuk berwirausaha.

b) Pengaruh Faktor Eksternal terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa

Menurut (Robbin dan Coulter : 2013) Faktor eksternal atau lingkungan eksternal adalah faktor-faktor yang berada diluar kendali yang mempengaruhi perusahaan mengenai arah dan tindakan, yang pada akhirnya juga mempengaruhi struktur organisasi dan proses internalnya. Faktor eksternal juga merupakan faktor yang bersumber dari luar diri seseorang ataupun perusahaan untuk menciptakan dan menemukan sesuatu (Santosa, 2017).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor eksternal memiliki nilai t hitung $4.140 > t$ tabel $1,662$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ yang berarti **hipotesis kedua** menyatakan bahwa Faktor Eksternal berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang sudah melaksanakan Praktik Bisnis Mahasiswa, maka dapat disimpulkan **H2 diterima**.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang sudah melaksanakan Praktik Bisnis Mahasiswa dalam berwirausaha atau melaksanakan bisnisnya

mendapatkan dukungan dari lingkungan keluarga maupun lingkungan sekitar, lingkungan sekitar yang dimaksud didalam penelitian ini adalah lingkungan kampus. Hal-hal yang mendorong Mahasiswa untuk berwirausaha berdampak positif, dan hal tersebut juga menjadikan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dapat melaksanakan bisnisnya dengan mudah. Mudah dalam hal promosi, mendapatkan pelanggan maupun yang lainnya. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ayuningtias dan Ekawati (2015), yang menyatakan bahwa faktor eksternal berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha.

c) Pengaruh Faktor Internal terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa

Faktor dimana bersumber dari dalam diri merupakan Faktor Internal, contohnya faktor jasmaniah dan psikologis (Yulianingsih, 2021).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Faktor Internal memiliki nilai t hitung $3.013 > t$ tabel $1,662$ dan nilai signifikansi $0,003 < 0,05$ yang berarti **hipotesis ketiga** menyatakan bahwa Faktor Internal berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang sudah melaksanakan Praktik Bisnis Mahasiswa, maka dapat disimpulkan **H3 diterima**.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa Faktor Internal atau faktor dalam diri seorang Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang sudah melaksanakan Praktik Bisnis Mahasiswa berpengaruh positif karena mahasiswa tersebut mempunyai *skill* tersendiri dalam dunia bisnis dan sebagian mahasiswa yang memiliki ketrampilan dalam menemukan peluang bisnis, mampu melakukan presentasi penjualan memiliki minat menjadi wirausaha.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kukuh (2021), yang menyatakan bahwa faktor internal berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha.

d) Pengaruh Penggunaan *e-commerce*, faktor eksternal, dan faktor internal terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara bersama-sama penggunaan *e-commerce*, faktor eksternal dan faktor internal berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha. Dapat dilihat pada tabel perhitungan anova pada F hitung $21.484 > F$ tabel $2,709$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka dari itu **hipotesis keempat** menyatakan bahwa Penggunaan *e-commerce*, faktor eksternal dan faktor internal secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang sudah melaksanakan Praktik Bisnis Mahasiswa, maka dapat disimpulkan **H4 diterima**.

Dalam hal ini berarti responden yang memilih *e-commerce* sebagai aplikasi untuk berwirausaha lebih banyak daripada mahasiswa yang tidak memilih aplikasi *e-commerce*. Lingkungan keluarga, lingkungan kampus, dan lingkungan sekitar juga memberikan pengaruh positif terhadap responden saat berwirausaha. Motivasi, keahlian serta semangat dalam diri responden juga sudah dimiliki oleh Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang sudah melaksanakan Praktik Bisnis Mahasiswa, hal tersebut sesuai dengan yang tercantum pada Qs. An-nisa Ayat 29 menjelaskan tentang bisnis dan usaha :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya:

"Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perdagangan

yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu".

Yang menjelaskan bahwa perdagangan itu adalah hal yang mulia dan dibenarkan, dalam hal ini termasuk perdangan menggunakan aplikasi *e-commerce* dalam praktik di era sekarang ini banyak anak muda yang melek teknologi berlomba-lomba untuk berdagang, sehingga perniagaan dapat dengan mudah dijalankan yang pada akhirnya dapat menular ke berbagai kalangan dan dapat meningkatkan tingkat ekonomi individu.

Kemudian untuk mengetahui seberapa besar pengaruh penggunaan *e-commerce*, faktor eksternal dan faktor internal terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa, maka perlu melihat nilai koefisien determinasi berupa nilai *Adjusted R Square* yaitu koefisien determinasi yang disesuaikan. Dalam penelitian ini nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,403 (40,3%) artinya variabel penggunaan *e-commerce*, faktor eksternal dan faktor internal dapat mempengaruhi variabel minat berwirausaha sebesar 40,3% dan sisanya 50,7% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel yang diteliti. Variabel bebas dalam penelitian ini memiliki kontribusi sebesar 40,7% terhadap variabel terikat. Hal tersebut tentunya tidak terlepas dari adanya minat berwirausaha pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang sudah melaksanakan Praktik Bisnis Mahasiswa.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan pada bab IV, maka hasil penelitian ini dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Penggunaan *e-commerce* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa.
2. Faktor eksternal berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa.
3. Faktor internal berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa.
4. Penggunaan *e-commerce*, Faktor Eksternal dan Faktor Internal berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha.

B. Saran

1. Bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang sudah melaksanakan Praktik Bisnis Mahasiswa angkatan 2017-2019 lebih baik dapat mengembangkan bisnisnya kembali, jadi bukan hanya pada saat Praktik Bisnis Mahasiswa saja. *Skill* yang sudah ada, motivasi pribadi yang sangat tinggi dapat diterapkan kembali pada saat melaksanakan bisnis. Mengasah skill dan mempelajari di dunia bisnis yang lebih luas lagi.
2. Bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang belum melaksanakan Praktik Bisnis Mahasiswa untuk mempelajari aplikasi *e-commerce*, karena aplikasi tersebut mudah diakses untuk berwirausaha, dan harus mendapatkan dukungan dari keluarga serta lingkungan sekitar karena dapat memberikan dampak positif selama berjalannya usaha.
3. Bagi peneliti selanjutnya dapat memperhatikan lagi objek penelitian, masalah penelitian yang akan diteliti, dan dapat memilih studi kasus yang lebih luas lagi.

4. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk menambah variabel independen diluar penelitian misalnya variabel harga diri, variabel pendapatan, variabel fleksibilitas, variabel inovasi dan variabel kepemimpinan.



DAFTAR PUSTAKA

- Achmad. (2018). Pengaruh Penggunaan E-Commerce Terhadap Transaksi online menggunakan konfirmasi faktor analisis. *Faktor Exacta*, 9.
- Aco, A. (2017). Analisis Bisnis E-Commerce pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. *Jurusan Teknik Informatika FSAINTEK UINAM*, 3.
- Ahmad. (2003). Pengantar Teologi Islam. *Pustaka Al-Husna*, 12.
- Annisa, A. (2019). Sejarah Revolusi Industri 1 sampai 4. *Telekomunikasi Universitas*, 40-45.
- Ayuningtyas. (2015). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha pada mahasiswa fakultas ekonomi universitas tarumanagara. *Ekonomi*, 52-53.
- Duli. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data dengan SPSS*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Ekawati, H. A. (2015). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara. *Ekonomi*, 68.
- Handoyono, R. (2020). Pengaruh Pengetahuan kewirausahaan, motivasi berwirausaha, dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa prodi akuntansi manajerial polines. *Akuntansi, Politeknik Negeri Semarang*, 397.
- Hendro, I. (2019). *Dasar-Dasar Kewirausahaan*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2019). *Marketing 4.0 bergerak dari tradisional ke digital*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kusumah, R. G. (2018). Peningkatan kemampuan berfikir kritis mahasiswa tadriss IPA melalui pendekatan saintifik pada mata kuliah IPA terpadu. *IJIS EDU*, 75.
- Pratomo, A. (2015). Pengembangan Media Pembelajaran Interaktif Berbasis WEB menggunakan metode hanaffin dan peck. *Positif*, 5.
- Putri, S. (2020). Pemanfaatan Internet Untuk Meningkatkan Minat Baca Mahasiswa PLS di IKIP SILIWANGI. *Jurnsl Comm-Edu*, 93.

- Rezqi, S. Y. (2022). Pengaruh Dukungan Sosial Keluarga Terhadap Self Regulated Learning siswa kelas V dan VI MI TARBIYATUL ATHFAL Caruban di Masa Pandemi Covid 19. *Repository UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto*, 25.
- Rudiatna, H. (2021). Pengaruh Pemahaman *E-Commerce* terhadap minat berwirausaha Mahasiswa (Survei pada mahasiswa semester 5 dan 7). *Institutional Repositories dan Scientetic Journals*, 1.
- Samsu, S. (2013). Analisis Pengakuan dan Pengukuran Pendapatan Berdasarkan PSAK No. 23 Pada PT. MISA Utara Manado. *EMBA*, 572.
- Santosa, A. (2017). Pengaruh Faktor Internal Dan Eksternal Terhadap Tingkat Komplain Pengguna Kartu Kredit Di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Pengaruh faktor internal*, 195.
- Sholihin, R. (2019). *Digital Marketing di Era 4.0*. Yogyakarta : quadrant.
- Siagian, M. (2019). Analisis Faktor Eksternal dan Faktor Internal Terhadap Kinerja UMKM di Batam. *Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah*, 267.
- Situmoran, L. (2021). Pengaruh Penggunaan E-Commerce, Efikasi Diri, Dan Ekspektasi Pendapatan Terhadap Entrepreneurial Intention. *Konferensi Nasional Sosial dan Engineering Politeknik Negeri Medan*, 600.
- Siyoto. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Suliyanto. (2011). *Ekonometrika Terapan* . Yogyakarta: ANDI Yogyakarta.
- Suliyanto. (2011). *EKONOMI TERAPAN : Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta: ANDI.
- Syofyan, A. (2012). *Surat Annisa Ayat 29 tentang Jual Beli*. Jakarta: Mantra Sukabumi.com.
- Tisa, A. (2018). Pengaruh Faktor Internal Dan Faktor Eksternal Terhadap Minat Berwirausaha Pada Women Entrepreneur Pemilik Usaha Fashion Dikota Bandung. *e-Proceeding of Management*, 1860.
- Trihudiyatmanto, M. (2019). Membangun minat berwirausaha mahasiswa dengan pengaruh faktor E-commerce, pengetahuan kewirausahaan dan gender. *Jurnal PPKM*, 95.
- Wahyudi, M. H. (2020). Wirausaha Muda Mandiri: Learning, Sharing Dan Practice. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION*, 103.

- Wijaya, R. (2017). Pengaruh E-Commerce Terhadap Minat Berwirausaha. *Jurnal Rekayasa Sistem dan Teknologi Informasi*, 64.
- Wijoyo, H. (2020). Digitalisasi UMKM. *ACADEMIA*, 7.
- Yadewani, R. W. (2017). Pengaruh E-Commerce Terhadap Minat Berwirausaha. *Jurnal Rekayasa Sistem dan Teknologi Informasi*, 64.
- Yoganingsih, T. (2021). Eksistensi Pajak E-Commerce. *Buana Akuntansi*, 83-84.
- Yulia, A. N. (2014). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Wirausaha Di Kalangan Mahasiswa Studi Kasus: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhamadiyah Surakarta. *Sancall*, 136.
- Yulianingsih. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Umkm Melalui Pendekatan Faktor Internal Dan Faktor Eksternal. *Jurnal Sosial dan Humaniora*, 99.





LAMPIRAN-LAMPIRAN

*Lampiran 1 Kuesioner***LAMPIRAN KUESIONER****KUESIONER PENGARUH PENGGUNAAN *E-COMMERCE*, FAKTOR EKSTERNAL DAN FAKTOR INTERNAL TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA PADA MAHASISWA****(Studi Kasus : Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam****UIN Prof K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto Yang Sudah Melaksanakan Praktik Bisnis Mahasiswa Angkatan 2017-2019)**

Dengan hormat,

Dalam rangka penyusunan Skripsi sebagai salah satu syarat kelulusan program sarjana S1 di Universitas Islam Negeri Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto, Saya :

Nama : Chindy Fauliah Arifin

NIM : 1817201052

Prodi : Ekonomi Syariah

Jurusan : Ekonomi dan Keuangan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Judul Skripsi : Pengaruh Penggunaan *E-Commerce*, Faktor Eksternal dan Faktor Internal Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa (Studi Kasus : Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto Yang Sudah Melaksanakan Praktik Bisnis Mahasiswa Angkatan 2017-2019).

Memberitahukan bahwa saat ini saya sedang melakukan penelitian. Oleh karena itu, saya memohon kepada saudara/i untuk ikut berpartisipasi dalam pengisian kuesioner ini sesuai dengan keadaan sebenarnya agar hasil penelitian ini dapat memiliki kredibilitas yang tinggi. Peneliti akan menjaga kerahasiaan data dan tidak akan memberikan data kepada pihak lain tanpa persetujuan Anda.

Saya mengucapkan terimakasih atas kesediaan dan partisipasi saudara/i dalam meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini.

Atas perhatian dan kerjasama saudara/i saya ucapkan terimakasih.

Hormat Saya



Chindy Fauliah Arifin

NIM. 1817201052

Petunjuk Pengisian Kuesioner

1. Saudara/i mengisi identitas responden
2. Bacalah setiap pertanyaan dengan saksama sebelum menjawab
3. Anda hanya dapat memberikan satu jawaban disetiap pertanyaan
4. Isi kuesioner dengan memberikan tanda centang (v) pada kolom yang tersedia sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.
5. Mohon cek ulang jawaban Anda, jika sudah sesuai mohon responden menyerahkan kuesioner kepada peneliti.

Keterangan :

SS = Sangat Setuju (5)

S = Setuju (4)

N = Netral (3)

TS = Tidak Setuju (2)

STS = Sangat Tidak Setuju (1)

A. Identitas Responden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
3. Prodi/ Jurusan :
4. Angkatan :
5. Apakah Anda pengguna aplikasi *E-Commerce*?

Ya

Tidak

6. Aplikasi *E-Commerce* apa yang anda gunakan?

- Shopee
 Lazada
 Tokopedia
 Lainnya....

1. Penggunaan E-Commerce

| No. | Pernyataan | SS | S | N | TS | STS |
|-----|--|----|---|---|----|-----|
| 1. | Saya menjual produk menggunakan <i>E-Commerce</i> . | | | | | |
| 2. | Aplikasi <i>E-Commerce</i> yang saya gunakan sangat mudah di akses. | | | | | |
| 3. | Aplikasi <i>E-commerce</i> yang mudah di akses membuat saya nyaman pada saat mengaplikasikannya. | | | | | |
| 4. | Saya menggunakan lebih dari satu platform untuk sistem penjualan. | | | | | |
| 5. | Saya sering membeli produk menggunakan <i>E-Commerce</i> karena kelengkapan produk yang dijual. | | | | | |
| 6. | Saya hanya menjual berupa barang saja menggunakan <i>E-Commerce</i> . | | | | | |
| 7. | Fitur <i>E-commerce</i> yang menarik membuat saya menjadi mudah dalam pencarian produk. | | | | | |

2. Faktor Eksternal

| No. | Pernyataan | SS | S | N | TS | STS |
|-----|---|----|---|---|----|-----|
| 1. | Saya mendapat dukungan dari Lingkungan Keluarga untuk berwirausaha. | | | | | |
| 2. | Lingkungan keluarga berpengaruh pada usaha saya. | | | | | |
| 3. | Lingkungan kampus berdampak positif pada usaha saya. | | | | | |
| 4. | Lingkungan kampus membuat produk usaha saya berjalan dengan lancar. | | | | | |

3. Faktor Internal

| No. | Pernyataan | SS | S | N | TS | STS |
|-----|---|----|---|---|----|-----|
| 1. | Saya memiliki niat yang tinggi dalam memasarkan produk. | | | | | |
| 2. | Saya memasarkan produk menggunakan harga sesuai dengan kantong mahasiswa. | | | | | |
| 3. | Saya mengelola keuangan sendiri tanpa bantuan orang lain. | | | | | |
| 4. | Saya dapat mengelola keuangan yang baik, dengan cara memisahkan uang bisnis dan uang pribadi. | | | | | |
| 5. | Saya mempunyai <i>skill</i> dalam berwirausaha. | | | | | |

| | | | | | | |
|----|--|--|--|--|--|--|
| 6. | Kemampuan yang saya punya dalam berwirausaha membuat saya semangat dalam berwirausaha. | | | | | |
|----|--|--|--|--|--|--|

4. Minat Berwirausaha

| No. | Pernyataan | SS | S | N | TS | STS |
|-----|--|----|---|---|----|-----|
| 1. | Saya memproduksi produk saya sendiri. | | | | | |
| 2. | saya memproduksi lebih dari 100 Produk setiap harinya. | | | | | |
| 3. | Saya mempunyai minat berwirausaha yang tinggi. | | | | | |
| 4. | Bukan karena adanya Praktik Bisnis Mahasiswa saya berwirausaha, tetapi karena kemauan pada diri saya. | | | | | |
| 5. | Selain karena adanya Praktik Bisnis Mahasiswa, saya berwirausaha juga ingin mempunyai penghasilan sendiri. | | | | | |
| 6. | Usaha yang sedang saya jalankan adalah milik sendiri, bukan berkelompok. | | | | | |

Lampiran 2 Identitas Responden

| No Responden | Jenis Kelamin | Prodi/Jurusan | Angkatan |
|--------------|---------------|-----------------|----------|
| 1 | Perempuan | Ekonomi Syariah | 2018 |
| 2 | Perempuan | Ekonomi Syariah | 2018 |

| No Responden | Jenis Kelamin | Prodi/Jurusan | Angkatan |
|--------------|---------------|---------------------------|----------|
| 3 | Perempuan | Perbankan Syariah | 2019 |
| 4 | Perempuan | Ekonomi Syariah | 2018 |
| 5 | Perempuan | Ekonomi Syariah | 2018 |
| 6 | Perempuan | Perbankan Syariah | 2018 |
| 7 | Perempuan | Manajemen Zakat dan Wakaf | 2019 |
| 8 | Perempuan | Perbankan Syariah | 2019 |
| 9 | Perempuan | Ekonomi Syariah | 2019 |
| 10 | Perempuan | Perbankan Syariah | 2019 |
| 11 | Perempuan | Manajemen Zakat dan Wakaf | 2018 |
| 12 | Laki-Laki | Perbankan Syariah | 2019 |
| 13 | Perempuan | Perbankan Syariah | 2019 |
| 14 | Perempuan | Ekonomi Syariah | 2018 |
| 15 | Perempuan | Perbankan Syariah | 2018 |
| 16 | Perempuan | Perbankan Syariah | 2018 |
| 17 | Laki-Laki | Perbankan Syariah | 2019 |
| 18 | Perempuan | Ekonomi Syariah | 2018 |
| 19 | Perempuan | Ekonomi Syariah | 2019 |
| 20 | Perempuan | Perbankan Syariah | 2019 |
| 21 | Perempuan | Ekonomi Syariah | 2018 |
| 22 | Perempuan | Ekonomi Syariah | 2019 |
| 23 | Perempuan | Ekonomi Syariah | 2019 |
| 24 | Perempuan | Perbankan Syariah | 2019 |
| 25 | Perempuan | Perbankan Syariah | 2018 |
| 26 | Perempuan | Ekonomi Syariah | 2018 |
| 27 | Perempuan | Ekonomi Syariah | 2018 |
| 28 | Perempuan | Ekonomi Syariah | 2019 |
| 29 | Perempuan | Ekonomi Syariah | 2019 |
| 30 | Perempuan | Ekonomi Syariah | 2019 |
| 31 | Perempuan | Ekonomi Syariah | 2018 |
| 32 | Perempuan | Perbankan Syariah | 2017 |
| 33 | Laki-Laki | Ekonomi Syariah | 2018 |
| 34 | Laki-Laki | Ekonomi Syariah | 2018 |
| 35 | Laki-Laki | Manajemen Zakat dan Wakaf | 2019 |
| 36 | Perempuan | Ekonomi Syariah | 2019 |
| 37 | Perempuan | Ekonomi Syariah | 2019 |
| 38 | Perempuan | Ekonomi Syariah | 2019 |

| No Responden | Jenis Kelamin | Prodi/Jurusan | Angkatan |
|--------------|---------------|-------------------|----------|
| 39 | Perempuan | Perbankan Syariah | 3019 |
| 40 | Perempuan | Perbankan Syariah | 2019 |
| 41 | Perempuan | Perbankan Syariah | 2017 |
| 42 | Laki-Laki | Perbankan Syariah | 2019 |
| 43 | Laki-Laki | Ekonomi Syariah | 2018 |
| 44 | Perempuan | Ekonomi Syariah | 2019 |
| 45 | Perempuan | Perbankan Syariah | 2019 |
| 46 | Laki-Laki | Ekonomi Syariah | 2017 |
| 47 | Perempuan | Perbankan Syariah | 2019 |
| 48 | Laki-Laki | Ekonomi Syariah | 2017 |
| 49 | Perempuan | Ekonomi Syariah | 2018 |
| 50 | Laki-Laki | Ekonomi Syariah | 2018 |
| 51 | Laki-Laki | Ekonomi Syariah | 2019 |
| 52 | Laki-Laki | Ekonomi Syariah | 2019 |
| 53 | Perempuan | Ekonomi Syariah | 2018 |
| 54 | Perempuan | Perbankan Syariah | 2019 |
| 55 | Perempuan | Ekonomi Syariah | 2019 |
| 56 | Perempuan | Ekonomi Syariah | 2019 |
| 57 | Perempuan | Ekonomi Syariah | 2018 |
| 58 | Perempuan | Ekonomi Syariah | 2018 |
| 59 | Laki-Laki | Ekonomi Syariah | 2018 |
| 60 | Perempuan | Ekonomi Syariah | 2018 |
| 61 | Perempuan | Ekonomi Syariah | 2018 |
| 62 | Perempuan | Ekonomi Syariah | 2018 |
| 63 | Perempuan | Ekonomi Syariah | 2018 |
| 64 | Perempuan | Ekonomi Syariah | 2018 |
| 65 | Perempuan | Ekonomi Syariah | 2018 |
| 66 | Perempuan | Perbankan Syariah | 2018 |
| 67 | Perempuan | Ekonomi Syariah | 2018 |
| 68 | Laki-Laki | Ekonomi Syariah | 2018 |
| 69 | Perempuan | Ekonomi Syariah | 2018 |
| 70 | Laki-Laki | Ekonomi Syariah | 2018 |
| 71 | Perempuan | Ekonomi Syariah | 2018 |
| 72 | Perempuan | Ekonomi Syariah | 2018 |
| 73 | Perempuan | Ekonomi Syariah | 2018 |
| 74 | Perempuan | Ekonomi Syariah | 2017 |
| 75 | Perempuan | Ekonomi Syariah | 2019 |
| 76 | Perempuan | Perbankan Syariah | 2018 |
| 77 | Perempuan | Ekonomi Syariah | 2018 |

| No Responden | Jenis Kelamin | Prodi/Jurusan | Angkatan |
|--------------|---------------|---------------------------|----------|
| 78 | Perempuan | Manajemen Zakat dan Wakaf | 2019 |
| 79 | Perempuan | Perbankan Syariah | 2017 |
| 80 | Perempuan | Perbankan Syariah | 2019 |
| 81 | Laki-Laki | Ekonomi Syariah | 2018 |
| 82 | Perempuan | Perbankan Syariah | 2019 |
| 83 | Laki-Laki | Ekonomi Syariah | 2019 |
| 84 | Perempuan | Ekonomi Syariah | 2017 |
| 85 | Laki-Laki | Ekonomi Syariah | 2019 |
| 86 | Perempuan | Ekonomi Syariah | 2018 |
| 87 | Perempuan | Ekonomi Syariah | 2017 |
| 88 | Perempuan | Ekonomi Syariah | 2018 |
| 89 | Laki-Laki | Perbankan Syariah | 2018 |
| 90 | Laki-Laki | Ekonomi Syariah | 2017 |
| 91 | Laki-Laki | Perbankan Syariah | 2017 |
| 92 | Laki-Laki | Perbankan Syariah | 2019 |



Lampiran 3 Data Penelitian

Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang sudah Melaksanakan Praktik Bisnis Mahasiswa Angkatan 2017-2019

TABULASI*Lampiran 3.1*

Hasil Tabulasi Penggunaan *E-Commerce* (X1)

| No. Responden | Penggunaan <i>E-Commerce</i> | | | | | | | Total X1 |
|------------------|------------------------------|------|------|------|------|------|------|-------------|
| | X1.1 | X1.2 | X1.3 | X1.4 | X1.5 | X1.6 | X1.7 | |
| 1 | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 31 |
| 2 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 33 |
| 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 33 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 30 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 4 | 28 |
| 6 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 28 |
| 7 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 34 |
| 8 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 30 |
| 9 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 25 |
| 10 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 29 |
| 11 | 1 | 5 | 5 | 1 | 5 | 1 | 5 | 23 |
| 12 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 29 |
| 13 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 34 |
| 14 | 3 | 4 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 28 |
| 15 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 28 |
| 16 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 28 |

| No. Responden | Penggunaan <i>E-Commerce</i> | | | | | | | Total X1 |
|------------------|------------------------------|------|------|------|------|------|------|-------------|
| | X1.1 | X1.2 | X1.3 | X1.4 | X1.5 | X1.6 | X1.7 | |
| 17 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 24 |
| 18 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 35 |
| 19 | 3 | 5 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 29 |
| 20 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 31 |
| 21 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 2 | 4 | 27 |
| 22 | 3 | 5 | 5 | 1 | 5 | 1 | 5 | 25 |
| 23 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 29 |
| 24 | 2 | 5 | 5 | 4 | 4 | 1 | 4 | 25 |
| 25 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 35 |
| 26 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 35 |
| 27 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 34 |
| 28 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 33 |
| 29 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 35 |
| 30 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 23 |
| 31 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 31 |
| 32 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 2 | 5 | 30 |
| 33 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 29 |
| 34 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 27 |
| 35 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 22 |
| 36 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 29 |
| 37 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 2 | 5 | 29 |
| 38 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 29 |
| 39 | 5 | 5 | 4 | 3 | 2 | 2 | 5 | 26 |
| 40 | 3 | 4 | 3 | 1 | 4 | 1 | 5 | 21 |

| No. Responden | Penggunaan <i>E-Commerce</i> | | | | | | | Total X1 |
|------------------|------------------------------|------|------|------|------|------|------|-------------|
| | X1.1 | X1.2 | X1.3 | X1.4 | X1.5 | X1.6 | X1.7 | |
| 41 | 3 | 4 | 4 | 1 | 3 | 3 | 4 | 22 |
| 42 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 21 |
| 43 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 26 |
| 44 | 2 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 22 |
| 45 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 29 |
| 46 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 34 |
| 47 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 28 |
| 48 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 32 |
| 49 | 3 | 4 | 5 | 2 | 5 | 2 | 5 | 26 |
| 50 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 34 |
| 51 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 30 |
| 52 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 22 |
| 53 | 5 | 1 | 2 | 5 | 3 | 4 | 5 | 25 |
| 54 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 33 |
| 55 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 26 |
| 56 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 26 |
| 57 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 24 |
| 58 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 31 |
| 59 | 1 | 4 | 5 | 4 | 3 | 1 | 5 | 23 |
| 60 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 27 |
| 61 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 27 |
| 62 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 33 |
| 63 | 4 | 4 | 4 | 2 | 5 | 3 | 5 | 27 |
| 64 | 1 | 1 | 2 | 1 | 5 | 1 | 5 | 16 |

| No. Responden | Penggunaan <i>E-Commerce</i> | | | | | | | Total X1 |
|------------------|------------------------------|------|------|------|------|------|------|-------------|
| | X1.1 | X1.2 | X1.3 | X1.4 | X1.5 | X1.6 | X1.7 | |
| 65 | 1 | 4 | 5 | 1 | 5 | 1 | 5 | 22 |
| 66 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | 1 | 5 | 15 |
| 67 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 27 |
| 68 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 31 |
| 69 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 34 |
| 70 | 5 | 4 | 4 | 2 | 5 | 3 | 5 | 28 |
| 71 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 22 |
| 72 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 34 |
| 73 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 28 |
| 74 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 26 |
| 75 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 31 |
| 76 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 5 | 4 | 24 |
| 77 | 2 | 3 | 3 | 2 | 4 | 1 | 4 | 19 |
| 78 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 31 |
| 79 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 27 |
| 80 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 31 |
| 81 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 32 |
| 82 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 25 |
| 83 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 23 |
| 84 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 24 |
| 85 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 25 |
| 86 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 4 | 4 | 21 |
| 87 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 26 |
| 88 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 25 |

| No. Responden | Penggunaan <i>E-Commerce</i> | | | | | | | Total X1 |
|------------------|------------------------------|------|------|------|------|------|------|-------------|
| | X1.1 | X1.2 | X1.3 | X1.4 | X1.5 | X1.6 | X1.7 | |
| 89 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 28 |
| 90 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 28 |
| 91 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 35 |
| 92 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 24 |



Lampiran 3.2

Hasil Tabulasi Faktor Eksternal (X2)

| No. Responden | Faktor Eksternal | | | | Total X2 |
|------------------|------------------|------|------|------|-------------|
| | X2.1 | X2.2 | X2.3 | X2.4 | |
| 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 2 | 5 | 4 | 5 | 4 | 18 |
| 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 19 |
| 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 18 |
| 6 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 7 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 |
| 8 | 4 | 4 | 3 | 4 | 15 |
| 9 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 10 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 11 | 3 | 3 | 3 | 5 | 14 |
| 12 | 4 | 5 | 4 | 5 | 18 |
| 13 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 14 | 3 | 3 | 4 | 4 | 14 |
| 15 | 4 | 3 | 5 | 3 | 15 |
| 16 | 4 | 5 | 5 | 4 | 18 |
| 17 | 3 | 4 | 4 | 3 | 14 |
| 18 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 19 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 20 | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 |
| 21 | 4 | 3 | 3 | 3 | 13 |
| 22 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |

| No. Responden | Faktor Eksternal | | | | Total X2 |
|------------------|------------------|------|------|------|-------------|
| | X2.1 | X2.2 | X2.3 | X2.4 | |
| 23 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 |
| 24 | 3 | 3 | 4 | 3 | 13 |
| 25 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 26 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 27 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 |
| 28 | 1 | 5 | 5 | 5 | 16 |
| 29 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 30 | 3 | 3 | 4 | 3 | 13 |
| 31 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 32 | 5 | 4 | 4 | 5 | 18 |
| 33 | 4 | 4 | 5 | 4 | 17 |
| 34 | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 35 | 3 | 4 | 2 | 3 | 12 |
| 36 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 37 | 4 | 3 | 4 | 5 | 16 |
| 38 | 5 | 3 | 3 | 3 | 14 |
| 39 | 2 | 2 | 5 | 4 | 13 |
| 40 | 4 | 5 | 3 | 3 | 15 |
| 41 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 |
| 42 | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 43 | 4 | 4 | 3 | 4 | 15 |
| 44 | 2 | 3 | 5 | 3 | 13 |
| 45 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 46 | 2 | 2 | 5 | 4 | 13 |

| No. Responden | Faktor Eksternal | | | | Total X2 |
|------------------|------------------|------|------|------|-------------|
| | X2.1 | X2.2 | X2.3 | X2.4 | |
| 47 | 4 | 3 | 3 | 4 | 14 |
| 48 | 4 | 4 | 5 | 4 | 17 |
| 49 | 5 | 4 | 5 | 4 | 18 |
| 50 | 3 | 5 | 5 | 4 | 17 |
| 51 | 4 | 3 | 5 | 4 | 16 |
| 52 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 53 | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 54 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 55 | 4 | 5 | 5 | 4 | 18 |
| 56 | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 |
| 57 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 58 | 5 | 5 | 5 | 4 | 19 |
| 59 | 4 | 3 | 3 | 4 | 14 |
| 60 | 4 | 5 | 3 | 4 | 16 |
| 61 | 4 | 4 | 4 | 3 | 15 |
| 62 | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 |
| 63 | 5 | 5 | 5 | 3 | 18 |
| 64 | 4 | 1 | 1 | 3 | 9 |
| 65 | 2 | 2 | 3 | 4 | 11 |
| 66 | 5 | 5 | 5 | 1 | 16 |
| 67 | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 68 | 4 | 2 | 2 | 3 | 11 |
| 69 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 |
| 70 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |

| No. Responden | Faktor Eksternal | | | | Total X2 |
|------------------|------------------|------|------|------|-------------|
| | X2.1 | X2.2 | X2.3 | X2.4 | |
| 71 | 3 | 3 | 4 | 4 | 14 |
| 72 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 73 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 74 | 5 | 5 | 5 | 4 | 19 |
| 75 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 76 | 5 | 5 | 4 | 4 | 18 |
| 77 | 4 | 4 | 4 | 3 | 15 |
| 78 | 5 | 5 | 4 | 4 | 18 |
| 79 | 3 | 3 | 5 | 5 | 16 |
| 80 | 5 | 5 | 4 | 4 | 18 |
| 81 | 3 | 4 | 5 | 5 | 17 |
| 82 | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 |
| 83 | 5 | 5 | 4 | 4 | 18 |
| 84 | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 |
| 85 | 5 | 4 | 3 | 4 | 16 |
| 86 | 3 | 5 | 4 | 4 | 16 |
| 87 | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 |
| 88 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 89 | 3 | 3 | 3 | 4 | 13 |
| 90 | 3 | 4 | 5 | 4 | 16 |
| 91 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 92 | 3 | 4 | 4 | 3 | 14 |

Lampiran 3.3

Hasil Tabulasi Faktor Internal (X3)

| No. Responden | Faktor Internal | | | | | | Total X3 |
|------------------|-----------------|------|------|------|------|------|-------------|
| | X3.1 | X3.2 | X3.3 | X3.4 | X3.5 | X3.6 | |
| 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 28 |
| 2 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 27 |
| 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 26 |
| 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 24 |
| 6 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 7 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 8 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 28 |
| 9 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 25 |
| 10 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 29 |
| 11 | 1 | 1 | 5 | 1 | 3 | 3 | 14 |
| 12 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 26 |
| 13 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 28 |
| 14 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 26 |
| 15 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 24 |
| 16 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 27 |
| 17 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 22 |
| 18 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 28 |
| 19 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 27 |
| 20 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 24 |
| 21 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 22 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 23 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 29 |
| 24 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 26 |
| 25 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 26 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 27 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 28 |
| 28 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 29 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 30 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 23 |
| 31 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 28 |
| 32 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 25 |
| 33 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 26 |

| No. Responden | Faktor Internal | | | | | | Total X3 |
|------------------|-----------------|------|------|------|------|------|-------------|
| | X3.1 | X3.2 | X3.3 | X3.4 | X3.5 | X3.6 | |
| 34 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 35 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 19 |
| 36 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 37 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 27 |
| 38 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 39 | 5 | 5 | 4 | 3 | 2 | 2 | 21 |
| 40 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 19 |
| 41 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 26 |
| 42 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 22 |
| 43 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 22 |
| 44 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 19 |
| 45 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 46 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 28 |
| 47 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 25 |
| 48 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 26 |
| 49 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 26 |
| 50 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 26 |
| 51 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 | 23 |
| 52 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 22 |
| 53 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 11 |
| 54 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 29 |
| 55 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 27 |
| 56 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 24 |
| 57 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 22 |
| 58 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 29 |
| 59 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 3 | 25 |
| 60 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 25 |
| 61 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 62 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 26 |
| 63 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 27 |
| 64 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 24 |
| 65 | 1 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 17 |
| 66 | 2 | 2 | 4 | 4 | 5 | 5 | 22 |
| 67 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 22 |
| 68 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 28 |
| 69 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 25 |
| 70 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 26 |

| No. Responden | Faktor Internal | | | | | | Total X3 |
|------------------|-----------------|------|------|------|------|------|-------------|
| | X3.1 | X3.2 | X3.3 | X3.4 | X3.5 | X3.6 | |
| 71 | 5 | 5 | 3 | 4 | 3 | 3 | 23 |
| 72 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 73 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 29 |
| 74 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 26 |
| 75 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 25 |
| 76 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 26 |
| 77 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 78 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 29 |
| 79 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 80 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 25 |
| 81 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 29 |
| 82 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 26 |
| 83 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 22 |
| 84 | 3 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 23 |
| 85 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 86 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 19 |
| 87 | 5 | 4 | 2 | 2 | 4 | 3 | 20 |
| 88 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 23 |
| 89 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 90 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 25 |
| 91 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 29 |
| 92 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 20 |

Lampiran 3.4

Tabel Tabulasi Minat Berwirausaha (Y)

| No. Responden | Minat Berwirausaha | | | | | | Total Y |
|------------------|--------------------|-----|-----|-----|-----|-----|------------|
| | Y.1 | Y.2 | Y.3 | Y.4 | Y.5 | Y.6 | |
| 1 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 25 |
| 2 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 29 |
| 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 28 |
| 4 | 4 | 2 | 4 | 5 | 3 | 5 | 23 |
| 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 3 | 5 | 24 |
| 6 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 7 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 3 | 23 |
| 8 | 2 | 3 | 4 | 4 | 5 | 3 | 21 |
| 9 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 23 |
| 10 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 11 | 1 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 18 |
| 12 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 13 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 29 |
| 14 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 21 |
| 15 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 21 |
| 16 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 21 |
| 17 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 21 |
| 18 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 28 |
| 19 | 5 | 1 | 5 | 5 | 5 | 3 | 24 |
| 20 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 26 |
| 21 | 2 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 18 |
| 22 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 23 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 2 | 24 |
| 24 | 1 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 14 |
| 25 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 28 |
| 26 | 4 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 26 |
| 27 | 5 | 2 | 4 | 4 | 4 | 2 | 21 |
| 28 | 1 | 1 | 2 | 2 | 3 | 2 | 11 |
| 29 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 30 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 21 |
| 31 | 3 | 2 | 4 | 4 | 5 | 4 | 22 |
| 32 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 5 | 18 |
| 33 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 26 |

| No. Responden | Minat Berwirausaha | | | | | | Total Y |
|------------------|--------------------|-----|-----|-----|-----|-----|------------|
| | Y.1 | Y.2 | Y.3 | Y.4 | Y.5 | Y.6 | |
| 34 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 23 |
| 35 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 18 |
| 36 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 37 | 3 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 21 |
| 38 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 39 | 1 | 1 | 2 | 2 | 5 | 2 | 13 |
| 40 | 3 | 2 | 4 | 4 | 5 | 3 | 21 |
| 41 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 29 |
| 42 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 16 |
| 43 | 3 | 3 | 4 | 2 | 4 | 2 | 18 |
| 44 | 2 | 2 | 4 | 2 | 4 | 1 | 15 |
| 45 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 23 |
| 46 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 2 | 22 |
| 47 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 1 | 19 |
| 48 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 25 |
| 49 | 3 | 2 | 5 | 4 | 5 | 3 | 22 |
| 50 | 1 | 1 | 4 | 5 | 5 | 5 | 21 |
| 51 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 26 |
| 52 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 16 |
| 53 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 13 |
| 54 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 28 |
| 55 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 22 |
| 56 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 17 |
| 57 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 58 | 2 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 24 |
| 59 | 1 | 1 | 3 | 2 | 2 | 1 | 10 |
| 60 | 2 | 1 | 4 | 4 | 5 | 4 | 20 |
| 61 | 2 | 2 | 5 | 4 | 5 | 4 | 22 |
| 62 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 24 |
| 63 | 5 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 26 |
| 64 | 4 | 1 | 4 | 4 | 5 | 5 | 23 |
| 65 | 1 | 1 | 4 | 3 | 3 | 1 | 13 |
| 66 | 1 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 22 |
| 67 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 19 |
| 68 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 | 3 | 20 |
| 69 | 3 | 3 | 5 | 4 | 5 | 3 | 23 |
| 70 | 5 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 23 |

| No. Responden | Minat Berwirausaha | | | | | | Total Y |
|------------------|--------------------|-----|-----|-----|-----|-----|------------|
| | Y.1 | Y.2 | Y.3 | Y.4 | Y.5 | Y.6 | |
| 71 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 19 |
| 72 | 5 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 27 |
| 73 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 27 |
| 74 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 26 |
| 75 | 3 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 24 |
| 76 | 3 | 2 | 5 | 5 | 5 | 4 | 24 |
| 77 | 1 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 19 |
| 78 | 2 | 2 | 4 | 4 | 4 | 3 | 19 |
| 79 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 80 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 28 |
| 81 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 27 |
| 82 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 24 |
| 83 | 2 | 1 | 2 | 2 | 3 | 2 | 12 |
| 84 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 25 |
| 85 | 2 | 2 | 5 | 5 | 5 | 2 | 21 |
| 86 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 5 | 17 |
| 87 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 88 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 29 |
| 89 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 90 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 91 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 92 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 20 |

Lampiran 4 tabel

Lampiran 4.1 F tabel

| $\alpha =$ 0,05 | $df_1=(k-1)$ | | | | | | | |
|---------------------------|--------------|---------|-------------|---------|---------|-------------|---------|---------|
| $df_2=(n$ $-k-1)$ | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 1 | 161.44 8 | 199,500 | 215.70 7 | 224,583 | 230,162 | 233.98 6 | 236,768 | 238,883 |
| 2 | 18,513 | 19,000 | 19,164 | 19,247 | 19,296 | 19,330 | 19,353 | 19,371 |
| 3 | 10,128 | 9,552 | 9,277 | 9,117 | 9,013 | 8,941 | 8,887 | 8,845 |
| 4 | 7,709 | 6,944 | 6,591 | 6,388 | 6,256 | 6,163 | 6,094 | 6,041 |
| 5 | 6,608 | 5,786 | 5,409 | 5,192 | 5,050 | 4,950 | 4,876 | 4,818 |
| 6 | 5,987 | 5,143 | 4,757 | 4,534 | 4,387 | 4,284 | 4,207 | 4,147 |
| 7 | 5,591 | 4,737 | 4,347 | 4,120 | 3,972 | 3,866 | 3,787 | 3,726 |
| 8 | 5,318 | 4,459 | 4,066 | 3,838 | 3,687 | 3,581 | 3,500 | 3,438 |
| 9 | 5,117 | 4,256 | 3,863 | 3,633 | 3,482 | 3,374 | 3,293 | 3,230 |
| 10 | 4,965 | 4,103 | 3,708 | 3,478 | 3,326 | 3,217 | 3,135 | 3,072 |
| 11 | 4,844 | 3,982 | 3,587 | 3,357 | 3,204 | 3,095 | 3,012 | 2,948 |
| 12 | 4,747 | 3,885 | 3,490 | 3,259 | 3,106 | 2,996 | 2,913 | 2,849 |
| 13 | 4,667 | 3,806 | 3,411 | 3,179 | 3,025 | 2,915 | 2,832 | 2,767 |
| 14 | 4,600 | 3,739 | 3,344 | 3,112 | 2,958 | 2,848 | 2,764 | 2,699 |
| 15 | 4,543 | 3,682 | 3,287 | 3,056 | 2,901 | 2,790 | 2,707 | 2,641 |
| 16 | 4,494 | 3,634 | 3,239 | 3,007 | 2,852 | 2,741 | 2,657 | 2,591 |
| 17 | 4,451 | 3,592 | 3,197 | 2,965 | 2,810 | 2,699 | 2,614 | 2,548 |
| 18 | 4,414 | 3,555 | 3,160 | 2,928 | 2,773 | 2,661 | 2,577 | 2,510 |
| 19 | 4,381 | 3,522 | 3,127 | 2,895 | 2,740 | 2,628 | 2,544 | 2,477 |
| 20 | 4,351 | 3,493 | 3,098 | 2,866 | 2,711 | 2,599 | 2,514 | 2,447 |
| 21 | 4,325 | 3,467 | 3,072 | 2,840 | 2,685 | 2,573 | 2,488 | 2,420 |
| 22 | 4,301 | 3,443 | 3,049 | 2,817 | 2,661 | 2,549 | 2,464 | 2,397 |
| 23 | 4,279 | 3,422 | 3,028 | 2,796 | 2,640 | 2,528 | 2,442 | 2,375 |
| 24 | 4,260 | 3,403 | 3,009 | 2,776 | 2,621 | 2,508 | 2,423 | 2,355 |
| 25 | 4,242 | 3,385 | 2,991 | 2,759 | 2,603 | 2,490 | 2,405 | 2,337 |
| 26 | 4,225 | 3,369 | 2,975 | 2,743 | 2,587 | 2,474 | 2,388 | 2,321 |
| 27 | 4,210 | 3,354 | 2,960 | 2,728 | 2,572 | 2,459 | 2,373 | 2,305 |

| $\alpha = 0,05$ | $df_1=(k-1)$ | | | | | | | |
|-----------------|--------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| $df_2=(n-k-1)$ | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 28 | 4,196 | 3,340 | 2,947 | 2,714 | 2,558 | 2,445 | 2,359 | 2,291 |
| 29 | 4,183 | 3,328 | 2,934 | 2,701 | 2,545 | 2,432 | 2,346 | 2,278 |

| | | | | | | | | |
|----|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 30 | 4,171 | 3,316 | 2,922 | 2,690 | 2,534 | 2,421 | 2,334 | 2,266 |
| 31 | 4,160 | 3,305 | 2,911 | 2,679 | 2,523 | 2,409 | 2,323 | 2,255 |
| 32 | 4,149 | 3,295 | 2,901 | 2,668 | 2,512 | 2,399 | 2,313 | 2,244 |
| 33 | 4,139 | 3,285 | 2,892 | 2,659 | 2,503 | 2,389 | 2,303 | 2,235 |
| 34 | 4,130 | 3,276 | 2,883 | 2,650 | 2,494 | 2,380 | 2,294 | 2,225 |
| 35 | 4,121 | 3,267 | 2,874 | 2,641 | 2,485 | 2,372 | 2,285 | 2,217 |
| 36 | 4,113 | 3,259 | 2,866 | 2,634 | 2,477 | 2,364 | 2,277 | 2,209 |
| 37 | 4,105 | 3,252 | 2,859 | 2,626 | 2,470 | 2,356 | 2,270 | 2,201 |
| 38 | 4,098 | 3,245 | 2,852 | 2,619 | 2,463 | 2,349 | 2,262 | 2,194 |
| 39 | 4,091 | 3,238 | 2,845 | 2,612 | 2,456 | 2,342 | 2,255 | 2,187 |
| 40 | 4,085 | 3,232 | 2,839 | 2,606 | 2,449 | 2,336 | 2,249 | 2,180 |
| 41 | 4,079 | 3,226 | 2,833 | 2,600 | 2,443 | 2,330 | 2,243 | 2,174 |
| 42 | 4,073 | 3,220 | 2,827 | 2,594 | 2,438 | 2,324 | 2,237 | 2,168 |
| 43 | 4,067 | 3,214 | 2,822 | 2,589 | 2,432 | 2,318 | 2,232 | 2,163 |
| 44 | 4,062 | 3,209 | 2,816 | 2,584 | 2,427 | 2,313 | 2,226 | 2,157 |
| 45 | 4,057 | 3,204 | 2,812 | 2,579 | 2,422 | 2,308 | 2,221 | 2,152 |
| 46 | 4,052 | 3,200 | 2,807 | 2,574 | 2,417 | 2,304 | 2,216 | 2,147 |
| 47 | 4,047 | 3,195 | 2,802 | 2,570 | 2,413 | 2,299 | 2,212 | 2,143 |
| 48 | 4,043 | 3,191 | 2,798 | 2,565 | 2,409 | 2,295 | 2,207 | 2,138 |
| 49 | 4,038 | 3,187 | 2,794 | 2,561 | 2,404 | 2,290 | 2,203 | 2,134 |
| 50 | 4,034 | 3,183 | 2,790 | 2,557 | 2,400 | 2,286 | 2,199 | 2,130 |
| 51 | 4,030 | 3,179 | 2,786 | 2,553 | 2,397 | 2,283 | 2,195 | 2,126 |
| 52 | 4,027 | 3,175 | 2,783 | 2,550 | 2,393 | 2,279 | 2,192 | 2,122 |
| 53 | 4,023 | 3,172 | 2,779 | 2,546 | 2,389 | 2,275 | 2,188 | 2,119 |
| 54 | 4,020 | 3,168 | 2,776 | 2,543 | 2,386 | 2,272 | 2,185 | 2,115 |

| | | | | | | | | |
|----|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 55 | 4,016 | 3,165 | 2,773 | 2,540 | 2,383 | 2,269 | 2,181 | 2,112 |
| 56 | 4,013 | 3,162 | 2,769 | 2,537 | 2,380 | 2,266 | 2,178 | 2,109 |
| 57 | 4,010 | 3,159 | 2,766 | 2,534 | 2,377 | 2,263 | 2,175 | 2,106 |
| 58 | 4,007 | 3,156 | 2,764 | 2,531 | 2,374 | 2,260 | 2,172 | 2,103 |
| 59 | 4,004 | 3,153 | 2,761 | 2,528 | 2,371 | 2,257 | 2,169 | 2,100 |
| 60 | 4,001 | 3,150 | 2,758 | 2,525 | 2,368 | 2,254 | 2,167 | 2,097 |
| 61 | 3,998 | 3,148 | 2,755 | 2,523 | 2,366 | 2,251 | 2,164 | 2,094 |
| 62 | 3,996 | 3,145 | 2,753 | 2,520 | 2,363 | 2,249 | 2,161 | 2,092 |
| 63 | 3,993 | 3,143 | 2,751 | 2,518 | 2,361 | 2,246 | 2,159 | 2,089 |
| 64 | 3,991 | 3,140 | 2,748 | 2,515 | 2,358 | 2,244 | 2,156 | 2,087 |
| 65 | 3,989 | 3,138 | 2,746 | 2,513 | 2,356 | 2,242 | 2,154 | 2,084 |
| 66 | 3,986 | 3,136 | 2,744 | 2,511 | 2,354 | 2,239 | 2,152 | 2,082 |
| 67 | 3,984 | 3,134 | 2,742 | 2,509 | 2,352 | 2,237 | 2,150 | 2,080 |
| 68 | 3,982 | 3,132 | 2,740 | 2,507 | 2,350 | 2,235 | 2,148 | 2,078 |
| 69 | 3,980 | 3,130 | 2,737 | 2,505 | 2,348 | 2,233 | 2,145 | 2,076 |
| 70 | 3,978 | 3,128 | 2,736 | 2,503 | 2,346 | 2,231 | 2,143 | 2,074 |
| 71 | 3,976 | 3,126 | 2,734 | 2,501 | 2,344 | 2,229 | 2,142 | 2,072 |
| 72 | 3,974 | 3,124 | 2,732 | 2,499 | 2,342 | 2,227 | 2,140 | 2,070 |
| 73 | 3,972 | 3,122 | 2,730 | 2,497 | 2,340 | 2,226 | 2,138 | 2,068 |
| 74 | 3,970 | 3,120 | 2,728 | 2,495 | 2,338 | 2,224 | 2,136 | 2,066 |
| 75 | 3,968 | 3,119 | 2,727 | 2,494 | 2,337 | 2,222 | 2,134 | 2,064 |
| 76 | 3,967 | 3,117 | 2,725 | 2,492 | 2,335 | 2,220 | 2,133 | 2,063 |
| 77 | 3,965 | 3,115 | 2,723 | 2,490 | 2,333 | 2,219 | 2,131 | 2,061 |
| 78 | 3,963 | 3,114 | 2,722 | 2,489 | 2,332 | 2,217 | 2,129 | 2,059 |
| 79 | 3,962 | 3,112 | 2,720 | 2,487 | 2,330 | 2,216 | 2,128 | 2,058 |
| 80 | 3,960 | 3,111 | 2,719 | 2,486 | 2,329 | 2,214 | 2,126 | 2,056 |
| 81 | 3,959 | 3,109 | 2,717 | 2,484 | 2,327 | 2,213 | 2,125 | 2,055 |
| 82 | 3,957 | 3,108 | 2,716 | 2,483 | 2,326 | 2,211 | 2,123 | 2,053 |
| 83 | 3,956 | 3,107 | 2,715 | 2,482 | 2,324 | 2,210 | 2,122 | 2,052 |
| 84 | 3,955 | 3,105 | 2,713 | 2,480 | 2,323 | 2,209 | 2,121 | 2,051 |

| | | | | | | | | |
|-----|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 85 | 3,953 | 3,104 | 2,712 | 2,479 | 2,322 | 2,207 | 2,119 | 2,049 |
| 86 | 3,952 | 3,103 | 2,711 | 2,478 | 2,321 | 2,206 | 2,118 | 2,048 |
| 87 | 3,951 | 3,101 | 2,709 | 2,476 | 2,319 | 2,205 | 2,117 | 2,047 |
| 88 | 3,949 | 3,100 | 2,708 | 2,475 | 2,318 | 2,203 | 2,115 | 2,045 |
| 89 | 3,948 | 3,099 | 2,707 | 2,474 | 2,317 | 2,202 | 2,114 | 2,044 |
| 90 | 3,947 | 3,098 | 2,706 | 2,473 | 2,316 | 2,201 | 2,113 | 2,043 |
| 91 | 3,946 | 3,097 | 2,705 | 2,472 | 2,315 | 2,200 | 2,112 | 2,042 |
| 92 | 3,945 | 3,095 | 2,704 | 2,471 | 2,313 | 2,199 | 2,111 | 2,041 |
| 93 | 3,943 | 3,094 | 2,703 | 2,470 | 2,312 | 2,198 | 2,110 | 2,040 |
| 94 | 3,942 | 3,093 | 2,701 | 2,469 | 2,311 | 2,197 | 2,109 | 2,038 |
| 95 | 3,941 | 3,092 | 2,700 | 2,467 | 2,310 | 2,196 | 2,108 | 2,037 |
| 96 | 3,940 | 3,091 | 2,699 | 2,466 | 2,309 | 2,195 | 2,106 | 2,036 |
| 97 | 3,939 | 3,090 | 2,698 | 2,465 | 2,308 | 2,194 | 2,105 | 2,035 |
| 98 | 3,938 | 3,089 | 2,697 | 2,465 | 2,307 | 2,193 | 2,104 | 2,034 |
| 99 | 3,937 | 3,088 | 2,696 | 2,464 | 2,306 | 2,192 | 2,103 | 2,033 |
| 100 | 3,936 | 3,087 | 2,696 | 2,463 | 2,305 | 2,191 | 2,103 | 2,032 |



Lampiran 4.2 t tabel

Tabel Uji t

| df=(n-k) | $\alpha = 0.05$ | $\alpha = 0.025$ |
|----------|-----------------|------------------|
| 1 | 6,314 | 12,706 |
| 2 | 2,920 | 4,303 |
| 3 | 2,353 | 3,182 |
| 4 | 2,132 | 2,776 |
| 5 | 2,015 | 2,571 |
| 6 | 1,943 | 2,447 |
| 7 | 1,895 | 2,365 |
| 8 | 1,860 | 2,306 |
| 9 | 1,833 | 2,262 |
| 10 | 1,812 | 2,228 |
| 11 | 1,796 | 2,201 |
| 12 | 1,782 | 2,179 |
| 13 | 1,771 | 2,160 |
| 14 | 1,761 | 2,145 |
| 15 | 1,753 | 2,131 |
| 16 | 1,746 | 2,120 |
| 17 | 1,740 | 2,110 |
| 18 | 1,734 | 2,101 |
| 19 | 1,729 | 2,093 |
| 20 | 1,725 | 2,086 |
| 21 | 1,721 | 2,080 |
| 22 | 1,717 | 2,074 |
| 23 | 1,714 | 2,069 |
| 24 | 1,711 | 2,064 |
| 25 | 1,708 | 2,060 |
| 26 | 1,706 | 2,056 |
| 27 | 1,703 | 2,052 |
| 28 | 1,701 | 2,048 |
| 29 | 1,699 | 2,045 |
| 30 | 1,697 | 2,042 |
| 31 | 1,696 | 2,040 |
| 32 | 1,694 | 2,037 |
| 33 | 1,692 | 2,035 |
| 34 | 1,691 | 2,032 |
| 35 | 1,690 | 2,030 |

| df=(n-k) | $\alpha = 0.05$ | $\alpha = 0.025$ |
|----------|-----------------|------------------|
| 36 | 1,688 | 2,028 |
| 37 | 1,687 | 2,026 |
| 38 | 1,686 | 2,024 |
| 39 | 1,685 | 2,023 |
| 40 | 1,684 | 2,021 |
| 41 | 1,683 | 2,020 |

| 42 | 1,682 | 2,018 |
|----------|-----------------|------------------|
| 43 | 1,681 | 2,017 |
| 44 | 1,680 | 2,015 |
| 45 | 1,679 | 2,014 |
| 46 | 1,679 | 2,013 |
| 47 | 1,678 | 2,012 |
| 48 | 1,677 | 2,011 |
| 49 | 1,677 | 2,010 |
| df=(n-k) | $\alpha = 0.05$ | $\alpha = 0.025$ |
| 51 | 1,675 | 2,008 |
| 52 | 1,675 | 2,007 |
| 53 | 1,674 | 2,006 |
| 54 | 1,674 | 2,005 |
| 55 | 1,673 | 2,004 |
| 56 | 1,673 | 2,003 |
| 57 | 1,672 | 2,002 |
| 58 | 1,672 | 2,002 |
| 59 | 1,671 | 2,001 |
| 60 | 1,671 | 2,000 |
| 61 | 1,670 | 2,000 |
| 62 | 1,670 | 1,999 |
| 63 | 1,669 | 1,998 |
| 64 | 1,669 | 1,998 |
| 65 | 1,669 | 1,997 |
| 66 | 1,668 | 1,997 |
| 67 | 1,668 | 1,996 |
| 68 | 1,668 | 1,995 |
| 69 | 1,667 | 1,995 |
| 70 | 1,667 | 1,994 |
| 71 | 1,667 | 1,994 |
| 72 | 1,666 | 1,993 |
| 73 | 1,666 | 1,993 |
| 74 | 1,666 | 1,993 |

| | | |
|----|-------|-------|
| 75 | 1,665 | 1,992 |
| 76 | 1,665 | 1,992 |
| 77 | 1,665 | 1,991 |
| 78 | 1,665 | 1,991 |
| 79 | 1,664 | 1,990 |
| 80 | 1,664 | 1,990 |
| 81 | 1,664 | 1,990 |
| 82 | 1,664 | 1,989 |
| 83 | 1,663 | 1,989 |
| 84 | 1,663 | 1,989 |
| 85 | 1,663 | 1,988 |
| 86 | 1,663 | 1,988 |
| 87 | 1,663 | 1,988 |
| 88 | 1,662 | 1,987 |
| 89 | 1,662 | 1,987 |
| 90 | 1,662 | 1,987 |
| 91 | 1,662 | 1,986 |
| 92 | 1,662 | 1,986 |
| 93 | 1,661 | 1,986 |
| 94 | 1,661 | 1,986 |
| 95 | 1,661 | 1,985 |
| 96 | 1,661 | 1,985 |
| 97 | 1,661 | 1,985 |
| 98 | 1,661 | 1,984 |
| 99 | 1,660 | 1,984 |



Lampiran 4.3 r tabel

Tabel r untuk df = 1

50

| df = (N-2) | Tingkat signifikansi untuk uji satu arah | | | | |
|------------|--|--------|--------|--------|--------|
| | 0.05 | 0.025 | 0.01 | 0.005 | 0.0005 |
| | Tingkat signifikansi untuk uji dua arah | | | | |
| | 0.1 | 0.05 | 0.02 | 0.01 | 0.001 |
| 1 | 0.9877 | 0.9969 | 0.9995 | 0.9999 | 1.0000 |
| 2 | 0.9000 | 0.9500 | 0.9800 | 0.9900 | 0.9990 |
| 3 | 0.8054 | 0.8783 | 0.9343 | 0.9587 | 0.9911 |
| 4 | 0.7293 | 0.8114 | 0.8822 | 0.9172 | 0.9741 |
| 5 | 0.6694 | 0.7545 | 0.8329 | 0.8745 | 0.9509 |
| 6 | 0.6215 | 0.7067 | 0.7887 | 0.8343 | 0.9249 |
| 7 | 0.5822 | 0.6664 | 0.7498 | 0.7977 | 0.8983 |
| 8 | 0.5494 | 0.6319 | 0.7155 | 0.7646 | 0.8721 |
| 9 | 0.5214 | 0.6021 | 0.6851 | 0.7348 | 0.8470 |
| 10 | 0.4973 | 0.5760 | 0.6581 | 0.7079 | 0.8233 |
| 11 | 0.4762 | 0.5529 | 0.6339 | 0.6835 | 0.8010 |
| 12 | 0.4575 | 0.5324 | 0.6120 | 0.6614 | 0.7800 |
| 13 | 0.4409 | 0.5140 | 0.5923 | 0.6411 | 0.7604 |
| 14 | 0.4259 | 0.4973 | 0.5742 | 0.6226 | 0.7419 |
| 15 | 0.4124 | 0.4821 | 0.5577 | 0.6055 | 0.7247 |
| 16 | 0.4000 | 0.4683 | 0.5425 | 0.5897 | 0.7084 |
| 17 | 0.3887 | 0.4555 | 0.5285 | 0.5751 | 0.6932 |
| 18 | 0.3783 | 0.4438 | 0.5155 | 0.5614 | 0.6788 |
| 19 | 0.3687 | 0.4329 | 0.5034 | 0.5487 | 0.6652 |
| 20 | 0.3598 | 0.4227 | 0.4921 | 0.5368 | 0.6524 |
| 21 | 0.3515 | 0.4132 | 0.4815 | 0.5256 | 0.6402 |
| 22 | 0.3438 | 0.4044 | 0.4716 | 0.5151 | 0.6287 |
| 23 | 0.3365 | 0.3961 | 0.4622 | 0.5052 | 0.6178 |
| 24 | 0.3297 | 0.3882 | 0.4534 | 0.4958 | 0.6074 |
| 25 | 0.3233 | 0.3809 | 0.4451 | 0.4869 | 0.5974 |
| 26 | 0.3172 | 0.3739 | 0.4372 | 0.4785 | 0.5880 |
| 27 | 0.3115 | 0.3673 | 0.4297 | 0.4705 | 0.5790 |
| 28 | 0.3061 | 0.3610 | 0.4226 | 0.4629 | 0.5703 |
| 29 | 0.3009 | 0.3550 | 0.4158 | 0.4556 | 0.5620 |

| df = (N-2) | Tingkat signifikansi untuk uji satu arah | | | | |
|------------|--|--------|--------|--------|--------|
| | 0.05 | 0.025 | 0.01 | 0.005 | 0.0005 |
| | Tingkat signifikansi untuk uji dua arah | | | | |
| | 0.1 | 0.05 | 0.02 | 0.01 | 0.001 |
| 30 | 0.2960 | 0.3494 | 0.4093 | 0.4487 | 0.5541 |
| 31 | 0.2913 | 0.3440 | 0.4032 | 0.4421 | 0.5465 |
| 32 | 0.2869 | 0.3388 | 0.3972 | 0.4357 | 0.5392 |
| 33 | 0.2826 | 0.3338 | 0.3916 | 0.4296 | 0.5322 |
| 34 | 0.2785 | 0.3291 | 0.3862 | 0.4238 | 0.5254 |
| 35 | 0.2746 | 0.3246 | 0.3810 | 0.4182 | 0.5189 |
| 36 | 0.2709 | 0.3202 | 0.3760 | 0.4128 | 0.5126 |
| 37 | 0.2673 | 0.3160 | 0.3712 | 0.4076 | 0.5066 |
| 38 | 0.2638 | 0.3120 | 0.3665 | 0.4026 | 0.5007 |
| 39 | 0.2605 | 0.3081 | 0.3621 | 0.3978 | 0.4950 |
| 40 | 0.2573 | 0.3044 | 0.3578 | 0.3932 | 0.4896 |
| 41 | 0.2542 | 0.3008 | 0.3536 | 0.3887 | 0.4843 |
| 42 | 0.2512 | 0.2973 | 0.3496 | 0.3843 | 0.4791 |
| 43 | 0.2483 | 0.2940 | 0.3457 | 0.3801 | 0.4742 |
| 44 | 0.2455 | 0.2907 | 0.3420 | 0.3761 | 0.4694 |
| 45 | 0.2429 | 0.2876 | 0.3384 | 0.3721 | 0.4647 |
| 46 | 0.2403 | 0.2845 | 0.3348 | 0.3683 | 0.4601 |
| 47 | 0.2377 | 0.2816 | 0.3314 | 0.3646 | 0.4557 |
| 48 | 0.2353 | 0.2787 | 0.3281 | 0.3610 | 0.4514 |
| 49 | 0.2329 | 0.2759 | 0.3249 | 0.3575 | 0.4473 |
| 50 | 0.2306 | 0.2732 | 0.3218 | 0.3542 | 0.4432 |

51 100

| df = (N-2) | Tingkat signifikansi untuk uji satu arah | | | | |
|------------|--|--------|--------|--------|--------|
| | 0.05 | 0.025 | 0.01 | 0.005 | 0.0005 |
| | Tingkat signifikansi untuk uji dua arah | | | | |
| | 0.1 | 0.05 | 0.02 | 0.01 | 0.001 |
| 51 | 0.2284 | 0.2706 | 0.3188 | 0.3509 | 0.4393 |
| 52 | 0.2262 | 0.2681 | 0.3158 | 0.3477 | 0.4354 |
| 53 | 0.2241 | 0.2656 | 0.3129 | 0.3445 | 0.4317 |
| 54 | 0.2221 | 0.2632 | 0.3102 | 0.3415 | 0.4280 |
| 55 | 0.2201 | 0.2609 | 0.3074 | 0.3385 | 0.4244 |
| 56 | 0.2181 | 0.2586 | 0.3048 | 0.3357 | 0.4210 |
| 57 | 0.2162 | 0.2564 | 0.3022 | 0.3328 | 0.4176 |
| 58 | 0.2144 | 0.2542 | 0.2997 | 0.3301 | 0.4143 |

| df = (N-2) | Tingkat signifikansi untuk uji satu arah | | | | |
|------------|--|--------|--------|--------|--------|
| | 0.05 | 0.025 | 0.01 | 0.005 | 0.0005 |
| | Tingkat signifikansi untuk uji dua arah | | | | |
| | 0.1 | 0.05 | 0.02 | 0.01 | 0.001 |
| 59 | 0.2126 | 0.2521 | 0.2972 | 0.3274 | 0.4110 |
| 60 | 0.2108 | 0.2500 | 0.2948 | 0.3248 | 0.4079 |
| 61 | 0.2091 | 0.2480 | 0.2925 | 0.3223 | 0.4048 |
| 62 | 0.2075 | 0.2461 | 0.2902 | 0.3198 | 0.4018 |
| 63 | 0.2058 | 0.2441 | 0.2880 | 0.3173 | 0.3988 |
| 64 | 0.2042 | 0.2423 | 0.2858 | 0.3150 | 0.3959 |
| 65 | 0.2027 | 0.2404 | 0.2837 | 0.3126 | 0.3931 |
| 66 | 0.2012 | 0.2387 | 0.2816 | 0.3104 | 0.3903 |
| 67 | 0.1997 | 0.2369 | 0.2796 | 0.3081 | 0.3876 |
| 68 | 0.1982 | 0.2352 | 0.2776 | 0.3060 | 0.3850 |
| 69 | 0.1968 | 0.2335 | 0.2756 | 0.3038 | 0.3823 |
| 70 | 0.1954 | 0.2319 | 0.2737 | 0.3017 | 0.3798 |
| 71 | 0.1940 | 0.2303 | 0.2718 | 0.2997 | 0.3773 |
| 72 | 0.1927 | 0.2287 | 0.2700 | 0.2977 | 0.3748 |
| 73 | 0.1914 | 0.2272 | 0.2682 | 0.2957 | 0.3724 |
| 74 | 0.1901 | 0.2257 | 0.2664 | 0.2938 | 0.3701 |
| 75 | 0.1888 | 0.2242 | 0.2647 | 0.2919 | 0.3678 |
| 76 | 0.1876 | 0.2227 | 0.2630 | 0.2900 | 0.3655 |
| 77 | 0.1864 | 0.2213 | 0.2613 | 0.2882 | 0.3633 |
| 78 | 0.1852 | 0.2199 | 0.2597 | 0.2864 | 0.3611 |
| 79 | 0.1841 | 0.2185 | 0.2581 | 0.2847 | 0.3589 |
| 80 | 0.1829 | 0.2172 | 0.2565 | 0.2830 | 0.3568 |
| 81 | 0.1818 | 0.2159 | 0.2550 | 0.2813 | 0.3547 |
| 82 | 0.1807 | 0.2146 | 0.2535 | 0.2796 | 0.3527 |
| 83 | 0.1796 | 0.2133 | 0.2520 | 0.2780 | 0.3507 |
| 84 | 0.1786 | 0.2120 | 0.2505 | 0.2764 | 0.3487 |
| 85 | 0.1775 | 0.2108 | 0.2491 | 0.2748 | 0.3468 |
| 86 | 0.1765 | 0.2096 | 0.2477 | 0.2732 | 0.3449 |
| 87 | 0.1755 | 0.2084 | 0.2463 | 0.2717 | 0.3430 |
| 88 | 0.1745 | 0.2072 | 0.2449 | 0.2702 | 0.3412 |
| 89 | 0.1735 | 0.2061 | 0.2435 | 0.2687 | 0.3393 |
| 90 | 0.1726 | 0.2050 | 0.2422 | 0.2673 | 0.3375 |
| 91 | 0.1716 | 0.2039 | 0.2409 | 0.2659 | 0.3358 |
| 92 | 0.1707 | 0.2028 | 0.2396 | 0.2645 | 0.3341 |
| 93 | 0.1698 | 0.2017 | 0.2384 | 0.2631 | 0.3323 |
| 94 | 0.1689 | 0.2006 | 0.2371 | 0.2617 | 0.3307 |

| df = (N-2) | Tingkat signifikansi untuk uji satu arah | | | | |
|------------|--|--------|--------|--------|--------|
| | 0.05 | 0.025 | 0.01 | 0.005 | 0.0005 |
| | Tingkat signifikansi untuk uji dua arah | | | | |
| | 0.1 | 0.05 | 0.02 | 0.01 | 0.001 |
| 95 | 0.1680 | 0.1996 | 0.2359 | 0.2604 | 0.3290 |
| 96 | 0.1671 | 0.1986 | 0.2347 | 0.2591 | 0.3274 |
| 97 | 0.1663 | 0.1975 | 0.2335 | 0.2578 | 0.3258 |
| 98 | 0.1654 | 0.1966 | 0.2324 | 0.2565 | 0.3242 |
| 99 | 0.1646 | 0.1956 | 0.2312 | 0.2552 | 0.3226 |
| 100 | 0.1638 | 0.1946 | 0.2301 | 0.2540 | 0.3211 |



| | | | | | | | | | |
|----|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|----|
| X1 | Pearson Correlation | .692** | .786** | .735** | .648** | .611** | .615** | .553** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | |
| | N | 92 | 92 | 92 | 92 | 92 | 92 | 92 | 92 |

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

Hasil Uji Validitas X2

Correlations

| | | X2.1 | X2.2 | X2.3 | X2.4 | TOTAL X2 |
|------|---------------------|--------|--------|--------|--------|----------|
| X2.1 | Pearson Correlation | 1 | .564** | .261* | .238* | .695** |
| | Sig. (2-tailed) | | .000 | .012 | .022 | .000 |
| | N | 92 | 92 | 92 | 92 | 92 |
| X2.2 | Pearson Correlation | .564** | 1 | .511** | .398** | .831** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | | .000 | .000 | .000 |
| | N | 92 | 92 | 92 | 92 | 92 |
| X2.3 | Pearson Correlation | .261* | .511** | 1 | .481** | .752** |
| | Sig. (2-tailed) | .012 | .000 | | .000 | .000 |
| | N | 92 | 92 | 92 | 92 | 92 |
| X2.4 | Pearson Correlation | .238* | .398** | .481** | 1 | .707** |
| | Sig. (2-tailed) | .022 | .000 | .000 | | .000 |
| | N | 92 | 92 | 92 | 92 | 92 |
| X2 | Pearson Correlation | .695** | .831** | .752** | .707** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | |
| | N | 92 | 92 | 92 | 92 | 92 |

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

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

Hasil Uji Validitas X3

| | | Correlations | | | | | | |
|------|---------------------|--------------|--------|--------|--------|--------|--------|----------|
| | | X3.1 | X3.2 | X3.3 | X3.4 | X3.5 | X3.6 | TOTAL X3 |
| X3.1 | Pearson Correlation | 1 | .648** | .301** | .353** | .278** | .336** | .658** |
| | Sig. (2-tailed) | | .000 | .004 | .001 | .007 | .001 | .000 |
| | N | 92 | 92 | 92 | 92 | 92 | 92 | 92 |
| X3.2 | Pearson Correlation | .648** | 1 | .460** | .504** | .248* | .343** | .724** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | | .000 | .000 | .017 | .001 | .000 |
| | N | 92 | 92 | 92 | 92 | 92 | 92 | 92 |
| X3.3 | Pearson Correlation | .301** | .460** | 1 | .560** | .333** | .460** | .709** |
| | Sig. (2-tailed) | .004 | .000 | | .000 | .001 | .000 | .000 |
| | N | 92 | 92 | 92 | 92 | 92 | 92 | 92 |
| X3.4 | Pearson Correlation | .353** | .504** | .560** | 1 | .550** | .541** | .801** |
| | Sig. (2-tailed) | .001 | .000 | .000 | | .000 | .000 | .000 |
| | N | 92 | 92 | 92 | 92 | 92 | 92 | 92 |
| X3.5 | Pearson Correlation | .278** | .248* | .333** | .550** | 1 | .725** | .719** |
| | Sig. (2-tailed) | .007 | .017 | .001 | .000 | | .000 | .000 |
| | N | 92 | 92 | 92 | 92 | 92 | 92 | 92 |
| X3.6 | Pearson Correlation | .336** | .343** | .460** | .541** | .725** | 1 | .780** |
| | Sig. (2-tailed) | .001 | .001 | .000 | .000 | .000 | | .000 |
| | N | 92 | 92 | 92 | 92 | 92 | 92 | 92 |
| X3 | Pearson Correlation | .658** | .724** | .709** | .801** | .719** | .780** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | |
| | N | 92 | 92 | 92 | 92 | 92 | 92 | 92 |

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

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

Hasil Uji Validitas Y

| | | Correlations | | | | | | |
|-----|---------------------|--------------|--------|--------|--------|--------|--------|---------|
| | | Y.1 | Y.2 | Y.3 | Y.4 | Y.5 | Y.6 | TOTAL Y |
| Y.1 | Pearson Correlation | 1 | .580** | .425** | .499** | .342** | .463** | .744** |
| | Sig. (2-tailed) | | .000 | .000 | .000 | .001 | .000 | .000 |
| | N | 92 | 92 | 92 | 92 | 92 | 92 | 92 |
| Y.2 | Pearson Correlation | .580** | 1 | .357** | .280** | .203 | .340** | .623** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | | .000 | .007 | .053 | .001 | .000 |
| | N | 92 | 92 | 92 | 92 | 92 | 92 | 92 |
| Y.3 | Pearson Correlation | .425** | .357** | 1 | .754** | .738** | .443** | .824** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 92 | 92 | 92 | 92 | 92 | 92 | 92 |
| Y.4 | Pearson Correlation | .499** | .280** | .754** | 1 | .675** | .556** | .836** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .007 | .000 | | .000 | .000 | .000 |
| | N | 92 | 92 | 92 | 92 | 92 | 92 | 92 |
| Y.5 | Pearson Correlation | .342** | .203 | .738** | .675** | 1 | .398** | .740** |
| | Sig. (2-tailed) | .001 | .053 | .000 | .000 | | .000 | .000 |
| | N | 92 | 92 | 92 | 92 | 92 | 92 | 92 |
| Y.6 | Pearson Correlation | .463** | .340** | .443** | .556** | .398** | 1 | .717** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .001 | .000 | .000 | .000 | | .000 |
| | N | 92 | 92 | 92 | 92 | 92 | 92 | 92 |
| Y | Pearson Correlation | .744** | .623** | .824** | .836** | .740** | .717** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | |
| | N | 92 | 92 | 92 | 92 | 92 | 92 | 92 |

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

Tabel 5.2

Hasil Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas X1

| Reliability Statistics | |
|-------------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .787 | 7 |

Uji Reliabilitas X2

| Reliability Statistics | |
|-------------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .735 | 4 |

Uji Reliabilitas X3

| Reliability Statistics | |
|-------------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .827 | 6 |

Uji Reliabilitas Y

| Reliability Statistics | |
|-------------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .841 | 6 |

Lampiran 5.3

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

| | | Unstandardized Residual |
|----------------------------------|----------------|----------------------------|
| N | | 92 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | 0E-7 |
| | Std. Deviation | 3.18151892 |
| | Absolute | .100 |
| Most Extreme Differences | Positive | .059 |
| | Negative | -.100 |
| Kolmogorov-Smirnov Z | | .961 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .314 |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.



Lampiran 5.4

Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | | |
|-------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|-------|-------------------------|------|-------|
| | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF | |
| | | | | | | | | |
| 1 | (Constant) | 1.329 | 2.120 | | .627 | .532 | | |
| | Pengaruh E-Commerce | -.035 | .112 | -.035 | -.310 | .757 | .507 | 1.972 |
| | Faktor Eksternal | .624 | .151 | .409 | 4.140 | .000 | .673 | 1.486 |
| | Faktor Internal | .375 | .124 | .356 | 3.013 | .003 | .470 | 2.126 |

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha



Lampiran 5.5

Hasil Uji Heterokedastisitas

| Coefficients ^a | | | | | | |
|---------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|--------|------|
| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | |
| | B | Std. Error | Beta | | | |
| 1 | (Constant) | .224 | .098 | | 2.286 | .025 |
| | X1 | -.006 | .005 | -.170 | -1.149 | .254 |
| | X2 | -.005 | .007 | -.098 | -.762 | .448 |
| | X3 | .007 | .006 | .177 | 1.153 | .252 |

a. Dependent Variable: ABS_RES



Lampiran 5.6

Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | | |
|-------|-----------------------------|------------|---------------------------|---|-------|-------------------------|------|-------|
| | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF | |
| 1 | (Constant) | 1.329 | 2.120 | | .627 | .532 | | |
| | Pengaruh E-Commerce | -.035 | .112 | | -.310 | .757 | .507 | 1.972 |
| | Faktor Eksternal | .624 | .151 | | 4.140 | .000 | .673 | 1.486 |
| | Faktor Internal | .375 | .124 | | 3.013 | .003 | .470 | 2.126 |

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha



*Lampiran 5.7***Hasil Uji Simultan (Uji F)**

ANOVA^a

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1 | Regression | 674.627 | 3 | 224.876 | 21.484 | .000 ^b |
| | Residual | 921.108 | 88 | 10.467 | | |
| | Total | 1595.735 | 91 | | | |

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

b. Predictors: (Constant), Faktor Internal, Faktor Eksternal, Pengaruh E-Commerce



*Lampiran 5.8***Hasil Uji Koefisien Determinasi****Model Summary^b**

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .650 ^a | .423 | .403 | 3.23529 |

a. Predictors: (Constant), Faktor Internal, Faktor Eksternal, Pengaruh E-Commerce

b. Dependent Variable: Minat Berwirausaha



Lampiran 6 Sertifikat Pendukung

Lampiran 6.1 Surat Keterangan Lulus Seminar Proposal



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS SEMINAR PROPOSAL

Nomor: 1847/Un.19/FEBI.J.ES/PP.009/06/2022

Yang bertanda tangan dibawah ini Koordinator Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama:

Nama : Chindy Fauliah Arifin
NIM : 1817201052
Program Studi : Ekonomi Syariah
Pembimbing : Siti Ma'sumah, M.Si.
Judul : PENGARUH PENGGUNAAN E-COMMERCE, FAKTOR EKSTERNAL, DAN FAKTOR INTERNAL TERHADAP MINAT BERWIRSAUSAHA PADA MAHASISWA (Studi Kasus : Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto Yang Sudah Melakukan Praktik Bisnis Mahasiswa Periode I Tahun 2022)

Pada tanggal 13/06/2022 telah melaksanakan seminar proposal dan dinyatakan LULUS, dengan perubahan proposal/ hasil proposal sebagaimana tercantum pada berita acara seminar. Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat untuk melakukan riset penulisan skripsi.

Purwokerto, 15 Juni 2022

Koord. Prodi Ekonomi Syariah



Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I

NIP. 19851112 200912 2 007

Lampiran 6.2 Surat Keterangan Lulus Ujian Komprehensif



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS UJIAN KOMPREHENSIF

Nomor: 1734/Un.19/FEBLJ.ES/PP.009/06/2022

Yang bertanda tangan dibawah ini Koordinator Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama:

Nama : Chindy Fauliah Arifin

NIM : 1817201052

Program Studi : Ekonomi Syariah

Pada tanggal 10/06/2022 telah melaksanakan ujian komprehensif dan dinyatakan LULUS,

dengan nilai : **68 / B-**

Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat mendaftar ujian munaqasyah.

Dibuat di Purwokerto

Tanggal **10 Juni 2022**

Koord. Prodi Ekonomi Syariah



Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I

NIP. 19851112 200912 2 007

Lampiran 6.3 Sertifikat Praktik Pengalaman Lapangan (PPL)



Lampiran 6.4 Sertifikat Praktik Bisnis Mahasiswa




KEMENTERIAN AGAMA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto 53128
 Telp : 0281-639624, Fax : 0281-628555, www.febi.lampurwokerto.ac.id

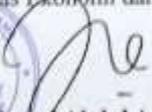
Sertifikat

Nomor : 1161/In.17/D.FEBI/PP.009/X/2021

Berdasarkan Rapat Yudisium Panitia Praktek Bisnis Mahasiswa (PBM) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa :

Nama : Chindy Fauliah Arifin
NIM : 1817201052

Dinyatakan **Lulus** dengan Nilai **84 (A-)** dalam mengikuti Praktek Bisnis Mahasiswa (PBM) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Periode II Tahun Ajaran 2020/2021.

| | |
|---|---|
| Mengetahui, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag NIP.19730921 200212 1 004 | Purwokerto, 15 Oktober 2021 Kepala Laboratorium FEBI  H. Sochim, Lc., M.Si. NIP. 19691009 200312 1 001 |
|---|---|

Lampiran 6.5 Sertifikat Kuliah Kerja Nyata



Lampiran 7 Daftar Riwayat Hidup

Daftar Riwayat Hidup

A. Identitas Diri

Nama : Chindy Fauliah Arifin
 NIM : 1817201052
 Tempat/Tanggal Lahir : Banyumas, 21 Agustus 2000
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Nama Ayah : Abdulah Arifin
 Nama Ibu : Jamini
 Alamat : Tinggarjaya, RT 03 RW 11, Jatilawang,
 Banyumas
 No. Hp : 089616836382
 E-mail : chindyfauliah21@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

SD : SD Negeri 2 Tinggarjaya (2012)
 SMP/Mts : MTs Ma'arif NU 1 Jatilawang (2015)
 SMA/SMK : SMK Wijayakusuma Jatilawang (2018)
 Perguruan Tinggi : UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
 (Dalam Proses)

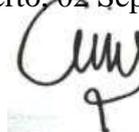
C. Pengalaman Organisasi

1. Anggota PMII Rayon FEBI Komisariat Walisongo Purwokerto 2019
2. Biro Kaderisasi PMII Rayon FEBI Komisariat Walisongo Purwokerto 2020-2021
3. Kementerian Dalam Negeri Dewan Eksekutif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam 2020-2021
4. Sekretaris II Komunitas Marketing Perbankan Syariah 2020-2021
5. Bendahara Dewan Eksekutif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam 2021-2022
6. Sekretaris PMII Rayon FEBI Komisariat Walisongo Purwokerto 2021-2022
7. Sekretaris Kabinet Dewan Eksekutif Mahasiswa UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto 2022-2023.

D. Pengalaman Kerja

1. Guru TK Pertiwi Grendeng

Purwokerto, 02 September 2022



Chindy Fauliah Arifin

1817201052