

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

Kuesioner yang berisi variabel-variabel yang diteliti digunakan untuk mengumpulkan data primer pada riset ini. Penyebaran kuisisioner riset ini dilakukan secara online melalui *Google form* yang diperuntukkan bagi responden. Dari penyebaran kuesioner, jumlah responden yang mengisi kuesioner sebanyak 136 responden. Mahasiswa aktif akuntansi Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta yang sedang atau telah mengambil mata kuliah kewirausahaan merupakan responden dalam riset ini, dari data tersebut kemudian diolah atau dianalisis menggunakan SmartPLS4.

1. Hasil Identifikasi Responden

Peneliti menganalisis jawaban dari responden berdasarkan tahun angkatan masing masing.

Tabel. 4.1 Responden Mahasiswa Akuntansi UNJAYA

Tahun Angkatan	Jumlah Responden	Presentase
2018	2	1,5%
2019	6	4,4%
2020	42	30,9%
2021	35	25,7%
2022	36	26,5%
2023	15	11%
Total	136	100%

Sumber: Data diolah, 2024

Tabel 4.1 menunjukkan hanya ada 2 partisipan dari angkatan 2018, atau 1,5%. Responden dari angkatan 2019 berjumlah 6 orang, atau 4,4%. Jumlah responden dari angkatan 2020 sebanyak 42 orang atau 30,9% dan 2021 berjumlah 35 orang atau 25,7%, angkatan 2022 memiliki 36 responden. Sementara itu, ada 15 responden dari angkatan 2023, atau 11%.

2. Hasil Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menerangkan variabel yang di teliti secara statistik dengan tujuan pemahaman karakteristik sampel pada penelitian. Berikut ini merupakan data analisis deskriptif:

Tabel 4. 1 Analisis Deskriptif

Name	Mean	Median	min	max	Standar Deviasi	Excess kurtosis	Skewness
X1.1	4.441	5.000	2.000	5.000	0.774	1.725	-1.435
X1.2	4.463	5.000	2.000	5.000	0.794	2.035	-1.569
X1.3	4.169	4.000	2.000	5.000	0.763	0.577	-0.801
X1.4	3.971	4.000	2.000	5.000	0.813	-0.312	-0.444
X1.5	4.294	4.000	2.000	5.000	0.815	1.722	-1.336
X2.1	3.618	4.000	1.000	5.000	0.786	0.108	-0.121
X2.2	3.779	4.000	2.000	5.000	0.754	-0.050	-0.335
X2.3	3.816	4.000	2.000	5.000	0.806	-0.292	-0.332
X2.4	3.824	4.000	2.000	5.000	0.812	0.079	-0.579
X2.5	3.772	4.000	2.000	5.000	0.795	-0.174	-0.365
X3.1	4.154	4.000	2.000	5.000	0.629	0.236	-0.311
X3.2	4.147	4.000	3.000	5.000	0.601	-0.324	-0.071
X3.3	4.221	4.000	2.000	5.000	0.714	-0.486	-0.477
X3.4	4.360	4.000	2.000	5.000	0.649	0.218	-0.688
X3.5	4.176	4.000	3.000	5.000	0.605	-0.403	-0.104
X3.6	4.140	4.000	2.000	5.000	0.677	0.292	-0.467
Y1.1	4.221	4.000	2.000	5.000	0.802	-0.052	-0.769
Y1.2	3.941	4.000	1.000	5.000	0.855	0.059	-0.527
Y1.3	4.250	4.000	2.000	5.000	0.838	0.266	-0.957
Y1.4	4.243	4.000	2.000	5.000	0.772	0.338	-0.840
Y1.5	4.353	4.000	2.000	5.000	0.723	0.876	-1.008
Y1.6	4.338	4.000	2.000	5.000	0.730	1.270	-1.086
Z1.1	4.478	5.000	2.000	5.000	0.686	2.114	-1.373
Z1.2	4.250	4.000	2.000	5.000	0.765	0.447	-0.861
Z1.3	4.250	4.000	2.000	5.000	0.705	0.182	-0.654
Z1.4	4.272	4.000	2.000	5.000	0.752	0.682	-0.918
Z1.5	4.316	4.000	2.000	5.000	0.735	1.099	-1.030

Sumber: Data diolah, 2024

Secara umum, analisis deskriptif terhadap distribusi indikator masing-masing pertanyaan memberikan gambaran awal mengenai tanggapan responden terhadap setiap pernyataan dalam kuesioner. Hasil ini membantu menggambarkan variasi tanggapan dan memahami pola persepsi untuk

analisis selanjutnya. *Skewness* antara -1 dan $+1$ dinilai sangat baik, nilai antara -2 dan $+2$ dianggap dapat diterima secara umum, dan nilai <-2 atau $>+2$ menunjukkan non-normalitas yang signifikan. Jika kurtosis $>+2$, distribusinya terlalu memuncak, sedangkan kurtosis <-2 menunjukkan distribusi yang terlalu datar (Hair dkk., 2023). Maka dapat disimpulkan bahwa *Excess Kurtosis* dan *Skewness* pada tabel 4.2 data item pengukurannya berdistribusi normal.

3. Hasil Pengukuran Model (*Outer Model*)

a) Uji Validitas

Validitas konvergen dapat diukur dengan korelasi antara skor item atau indikator dengan konstruksinya. Untuk memastikan bahwa variabel validitas konvergen terpenuhi, nilai loading factor harus lebih besar dari 0,7 (Hair et al., 2023).

Tabel 4. 2 Outer Loading

Variabel	Indikator	Outer loadings	Ket.
E-Commerce	X1.1	0.863	Valid
	X1.2	0.862	Valid
	X1.3	0.845	Valid
	X1.4	0.787	Valid
	X1.5	0.907	Valid
Pengetahuan Kewirausahaan	X2.1	0.816	Valid
	X2.2	0.877	Valid
	X2.3	0.893	Valid
	X2.4	0.887	Valid
	X2.5	0.890	Valid
Lingkungan Keluarga	X3.1	0.838	Valid
	X3.2	0.868	Valid
	X3.3	0.827	Valid
	X3.4	0.782	Valid
	X3.5	0.885	Valid
	X3.6	0.877	Valid
	Z1.5	0.876	Valid

Variabel	Indikator	Outer loadings	Ket.
Minat Berwirausaha	Y1.1	0.887	Valid
	Y1.2	0.835	Valid
	Y1.3	0.897	Valid
	Y1.4	0.898	Valid
	Y1.5	0.898	Valid
Lingkungan Kampus	Y1.6	0.881	Valid
	Z1.1	0.802	Valid
	Z1.2	0.864	Valid
	Z1.3	0.866	Valid
	Z1.4	0.902	Valid

Sumber: Data diolah, 2024

Mengacu tabel 4.3, terbukti setiap indikator yang digunakan untuk mengukur *E-Commerce*, pengetahuan kewirausahaan, minat berwirausaha, lingkungan keluarga serta lingkungan kampus dianggap valid. Dibuktikan pada nilai loading factor $> 0,7$. Selain itu, validitas konvergen juga ditentukan oleh nilai AVE (*Average Variance Extracted*) yang $> 0,5$. Hasil AVE pada tabel dibawah.

Tabel 4. 3 Average Variance Extracted

Indikator	AVE
E-Commerce	0.729
Lingkungan Kampus	0.744
Lingkungan Keluarga	0.717
Minat Berwirausaha Mahasiswa	0.779
Pengetahuan Kewirausahaan	0.762

Sumber: Data diolah, 2024

Tabel 4.4 membuktikan nilai AVE (*Average Variance Extracted*) untuk *E-Commerce* adalah 0.729 , yang berarti variabel laten mampu menjelaskan 72,9% varians dalam variabel indikator. Nilai AVE untuk

variabel lainnya juga menunjukkan hasil yang baik seperti pengetahuan kewirausahaan sebesar 76,2%, lingkungan keluarga sebesar 71,7%, minat berwirausaha mahasiswa sebesar 77,9%, dan lingkungan kampus sebesar 74,4%. Nilai-nilai AVE menunjukkan bahwasanya semua item indikator telah memenuhi kriteria validitas konvergen yang baik. Selanjutnya, analisis Fornell-Larcker digunakan untuk mengevaluasi apakah hubungan antara indikator dan variabelnya lebih besar dibandingkan korelasi dengan variabel lain. Hasil untuk analisis *Fornell-Larcker* dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4. 4 Fornell-Larcker

Indikator	X1	X2	X3	Y	Z
E-Commerce	0.854				
Lingkungan Kampus	0.239	0.862			
Lingkungan Keluarga	0.569	0.285	0.847		
Minat Berwirausaha Mahasiswa	0.684	0.072	0.647	0.883	
Pengetahuan Kewirausahaan	0.547	0.355	0.404	0.561	0.873

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan Tabel 4.5, semua nilai korelasi antara indikator dan variabelnya lebih tinggi daripada korelasi dengan variabel lain. Ini menunjukkan bahwa validitas diskriminan terpenuhi. Selain itu, validitas diskriminan juga diuji menggunakan cross loading untuk menentukan apakah korelasi antara indikator dan variabelnya lebih kuat daripada korelasi dengan variabel lain. Berikut hasil *cross loading*.

Tabel 4. 5 Cross Loading

	X1	X2	X3	Y	Z	Y1*X1	Y2*X2	Y3*X3
X1.1	0.863	0.109	0.421	0.548	0.434	0.049	0.149	0.044
X1.2	0.862	0.114	0.381	0.478	0.386	-0.026	0.180	0.044
X1.3	0.845	0.383	0.706	0.737	0.581	0.062	0.222	0.143
X1.4	0.787	0.151	0.398	0.500	0.411	0.073	0.101	0.215
X1.5	0.907	0.187	0.433	0.585	0.468	0.063	0.241	0.115
X2.1	0.406	0.268	0.247	0.435	0.816	0.188	0.174	-0.008
X2.2	0.514	0.344	0.388	0.464	0.877	0.100	0.155	-0.128
X2.3	0.439	0.361	0.373	0.480	0.893	0.062	0.040	-0.132
X2.4	0.472	0.264	0.349	0.532	0.887	0.114	0.181	-0.040
X2.5	0.547	0.316	0.397	0.527	0.890	0.104	0.187	-0.082

	X1	X2	X3	Y	Z	Y1*X1	Y2*X2	Y3*X3
X3.1	0.535	0.315	0.838	0.569	0.335	0.135	0.318	0.062
X3.2	0.503	0.285	0.868	0.498	0.356	-0.005	0.248	0.066
X3.3	0.455	0.163	0.827	0.574	0.376	0.165	0.245	0.134
X3.4	0.435	0.104	0.782	0.548	0.325	0.131	0.384	0.179
X3.5	0.480	0.314	0.885	0.547	0.289	0.106	0.248	0.046
X3.6	0.482	0.269	0.877	0.539	0.369	0.123	0.258	0.060
Y1.1	0.629	0.157	0.597	0.887	0.525	0.316	0.286	0.300
Y1.2	0.517	0.075	0.522	0.835	0.550	0.437	0.298	0.348
Y1.3	0.630	0.050	0.617	0.897	0.504	0.403	0.349	0.342
Y1.4	0.599	0.077	0.534	0.898	0.480	0.362	0.284	0.395
Y1.5	0.609	0.007	0.588	0.898	0.476	0.355	0.386	0.330
Y1.6	0.632	0.017	0.562	0.881	0.440	0.411	0.399	0.325
Z1.1	0.206	0.802	0.237	0.026	0.277	-0.406	-0.205	-0.346
Z1.2	0.193	0.864	0.238	0.066	0.352	-0.350	-0.185	-0.310
Z1.3	0.209	0.866	0.225	0.064	0.270	-0.316	-0.094	-0.199
Z1.4	0.181	0.902	0.267	0.077	0.282	-0.330	-0.151	-0.284
Z1.5	0.266	0.876	0.268	0.053	0.357	-0.344	-0.122	-0.335
Y1*X1	0.134	-0.329	0.109	0.384	-0.089	0.491	0.274	1.000
Y2*X2	0.055	-0.392	0.132	0.430	0.128	1.000	0.473	0.491
Y3*X3	0.215	-0.167	0.336	0.379	0.169	0.473	1.000	0.274

Sumber: Data diolah, 2024

Pada Tabel 4.6, setiap pernyataan indikator mempunyai nilai loading lebih tinggi untuk variabelnya sendiri dibandingkan dengan variabel lainnya. Hasil *cross loading* ini menunjukkan validitas diskriminan yang baik karena mampu membedakan antara variabel laten yang berbeda.

Heterotrait Monotrait Ratio (HTMT) digunakan untuk menghitung rasio antara korelasi dalam konstruk yang sama (monotrait) dan korelasi antar konstruk yang berbeda (heterotrait). Validitas diskriminan dianggap terpenuhi jika nilai HTMT kurang dari 0,9. Hasil HTMT bisa dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4. 6 HTMT

	X1	X2	X3	Y	Z	Z*X1	Z*X2	Z*X3
E-Commerce								
Lingkungan_Kampus	0.248							
Lingkungan_Keluarga	0.599	0.312						
Minat Berwirausaha Mahasiswa	0.720	0.082	0.691					

	X1	X2	X3	Y	Z	Z*X1	Z*X2	Z*X3
Pengetahuan Kewirausahaan	0.582	0.387	0.436	0.600				
Lingkungan Kampus x E-Commerce	0.067	0.422	0.137	0.444	0.135			
Lingkungan Kampus x Lingkungan Keluarga	0.219	0.183	0.349	0.389	0.176	0.473		
Lingkungan Kampus x Pengetahuan Kewirausahaan	0.138	0.356	0.112	0.397	0.093	0.491	0.274	

Sumber: Data diolah, 2024

Pada tabel 4.7, setiap nilai HTMT untuk variabel laten memiliki nilai $< 0,9$. Oleh karena itu, validitas diskriminan dianggap terpenuhi dan memadai dalam membedakan antara satu variabel dengan variabel lainnya.

b) Uji Reabilitas

Pengujian reliabilitas menunjukkan ukuran keandalan instrumen.. Reliabilitas terpenuhi jika memiliki nilai $> 0,7$. Berikut nilai untuk masing-masing variabel tercantum dibawah ini.

Tabel 4. 7 Cronbach's Alpha dan Composite Reliability

Indikator	Cronbach's alpha	Composite reliability	Ket
E-Commerce	0.907	0.925	Reliabel
Pengetahuan Kewirausahaan	0.922	0.926	Reliabel
Lingkungan Keluarga	0.921	0.921	Reliabel
Indikator	Cronbach's alpha	Composite reliability	Ket
Minat Berwirausaha Mahasiswa	0.943	0.944	Reliabel
Lingkungan Kampus	0.916	0.947	Reliabel

Sumber: Data diolah, 2024

Pada Tabel 4.8, kelima variabel laten memiliki nilai *cronbach's alpha* dan *composite reliability* lebih besar dari 0,7. Ini berarti semua variabel memiliki reliabilitas yang baik, dengan setiap indikator yang digunakan untuk

mengukur setiap variabel menunjukkan konsistensi yang baik dalam pengukuran tersebut.

4. Hasil Analisis Evaluasi Struktur Model (*Inner Model*)

a) *R Square*

Uji *R-Square* mengukur sejauh mana variabel independen memengaruhi variabel dependen, dengan nilai berkisar antara 0 hingga 1, yang menunjukkan kekuatan penjelasan variabel tersebut. Nilai *R-Square* dikategorikan dalam tiga tingkat: 0,75 (pengaruh tinggi), 0,50 (pengaruh sedang), dan 0,25 (pengaruh rendah) (Hair., dkk 2023).

Tabel 4. 8 R-square

	R-square
Minat Berwirausaha Mahasiswa	0.747

Sumber: Data diolah, 2024

Output perhitungan dari koefisien determinan atau *R-Square* sebesar 0.747 tergolong tinggi. Ini membuktikan bahwa variabel *e-commerce*, pengetahuan kewirausahaan, lingkungan keluarga tergolong tinggi dalam menjelaskan variabel minat berwirausaha mahasiswa yang dimoderasi oleh lingkungan kampus yaitu 74,7%. Namun, R-Square sebesar 0.747 juga menunjukkan bahwa ada 25.3% dari variasi pada variabel minat berwirausaha yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel-variabel yang ada dalam model penelitian ini. Persentase ini mewakili pengaruh dari variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian. Variabel-variabel ini bisa berupa faktor lain yang mungkin memengaruhi minat berwirausaha mahasiswa tetapi tidak diteliti atau diukur dalam penelitian ini.

b) *Q Square*

Tujuan dari uji *Q-Square* adalah untuk mengetahui seberapa besar model penelitian dipengaruhi oleh observasi. Menurut Hair dkk., (2023), model penelitian mempunyai relevansi prediktif jika

nilai $Q\text{-Square} > 0$. Sebaliknya model tidak memiliki nilai prediksi jika < 0 . Hasil perhitungan sebagai berikut.

Tabel 4. 9 Q-square

	Q²predict
Minat Berwirausaha Mahasiswa	0.705

Sumber: Data diolah 2024

Pada Tabel 4.9, nilai $Q\text{-square}$ sebesar 0,705 berarti bahwa 70,5% dari varians pada variabel dependen dapat dijelaskan oleh model. Ini menunjukkan bahwa model ini tidak hanya relevan tetapi juga sangat efektif dalam memprediksi variabel dependen. Artinya, variabel independen dalam model riset ini memiliki kontribusi yang signifikan dalam menjelaskan varians pada variabel dependen, memberikan dukungan kuat terhadap validitas model struktural yang telah diuji. Dengan demikian, model ini dapat dianggap sebagai alat yang kuat dan andal dalam menjelaskan hubungan antara variabel-variabel yang diteliti.

c) *Standardized Root Mean Residual* (SRMR)

Uji ini digunakan sebagai ukuran untuk menilai tingkat kesesuaian model dengan data observasi. Jika nilai SRMR < 1 , maka model penelitian dianggap mempunyai kesesuaian yang baik dengan data. Hasil SRMR tertera pada tabel di bawah ini.

Tabel 4. 10 SRMR

	Estimated model
SRMR	0.071

Sumber: Data diolah, 2024

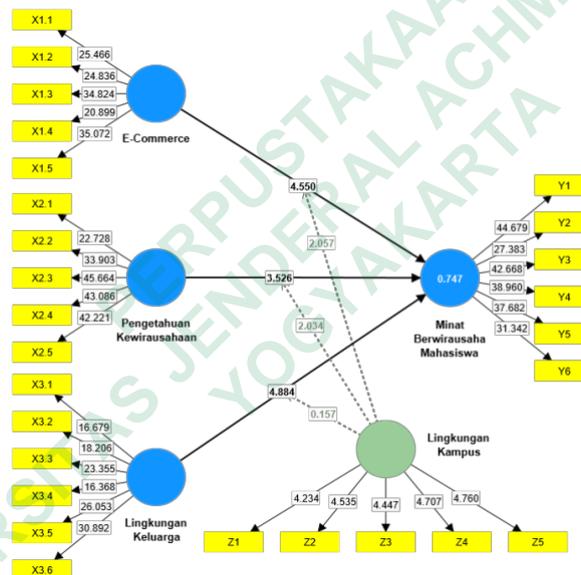
Dari tabel 4.11 bisa diamati bahwa SRMR bernilai 0,071 yang berarti model penelitian dianggap memiliki kesesuaian yang baik. Model ini mampu merepresentasikan hubungan antar variabel dengan cukup akurat dan dapat diandalkan untuk menjelaskan hubungan tersebut. Ini memberikan kepercayaan bahwa model

struktural yang digunakan dalam penelitian ini cukup sesuai dengan data empiris, sehingga kesimpulan dan inferensi yang dihasilkan dari model ini dapat dianggap valid dan mewakili hubungan sebenarnya antara variabel-variabel yang diteliti.

B. Pengujian Hipotesis

Nilai t-statistics harus lebih besar dari 1,96 dan p-value harus kurang dari 0,05 ketika melakukan pengujian hipotesis dengan (SEM-PLS) untuk menghitung path koefisien (Hair dkk., 2023).

Output bootstrapping menunjukkan hasil pengujian hipotesis. Berikut ini adalah hasil *bootstrapping* yang ditampilkan pada gambar di bawah ini:



Gambar 4. 1 Bootstrapping

Penelitian ini menggunakan lingkungan kampus sebagai variabel moderasi. Pengujian hipotesis moderasi dilakukan melalui analisis regresi moderasi (MRA) yang menggunakan PLS-SEM. Sebuah variabel dianggap sebagai moderasi yang signifikan apabila nilai t signifikan sama dengan atau kurang dari 0,05. Kriteria perbandingan adalah sebagai berikut:

- Hipotesis ditolak ketika $t\text{-hitung} < 1,96$ atau nilai $p\text{-value} > 0,05$
- Hipotesis diterima apabila $t\text{-hitung} > 1,96$ atau nilai $p\text{-value} < 0,05$

Hasil uji hipotesis sebagai berikut ini.

Tabel 4. 11 Hasil Uji Hipotesis

	T statistics	P values	Hasil
E-Commerce -> Minat Berwirausaha Mahasiswa	4.550	0.000	H1 Diterima
Lingkungan Keluarga -> Minat Berwirausaha Mahasiswa	4.884	0.000	H2 Diterima
Pengetahuan Kewirausahaan -> Minat Berwirausaha Mahasiswa	3.526	0.000	H3 Diterima
Lingkungan Kampus x E-Commerce -> Minat Berwirausaha Mahasiswa	2.057	0.040	H4 Diterima
Lingkungan Kampus x Pengetahuan Kewirausahaan -> Minat Berwirausaha Mahasiswa	2.034	0.042	H5 Diterima
Lingkungan Kampus x Lingkungan Keluarga -> Minat Berwirausaha Mahasiswa	0.157	0.875	H6 Ditolak

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan hasil uji hipotesis diatas maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Pengaruh *e-commerce* terhadap minat berwirausaha mahasiswa dengan p-value $0,000 < 0,05$ serta nilai t-statistik $4,550 > 1,96$ mengindikasikan bahwa hipotesis (H1) diterima. Maka dapat disimpulkan *e-commerce* berpengaruh pada minat berwirausaha mahasiswa.
2. Pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa dengan nilai p-value $0,000 < 0,05$ serta t-statistik $3,526 > 1,96$ mengindikasikan hipotesis kedua (H2) diterima. Maka dapat disimpulkan

pengetahuan kewirausahaan berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa.

3. Pengaruh lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha mahasiswa dengan p-value $0,000 < 0,05$ dan nilai t-statistik $4,884 > 1,96$ mengindikasikan bahwa hipotesis ketiga (H3) diterima. Maka dapat disimpulkan lingkungan keluarga berpengaruh pada minat berwirausaha mahasiswa.
4. Lingkungan kampus memoderasi pengaruh *e-commerce* terhadap minat berwirausaha mahasiswa dengan nilai p-value $0,040 < 0,05$ dan t-statistik $2,057 > 1,96$ mengindikasikan hipotesis keempat diterima (H4). Maka disimpulkan bahwasanya lingkungan kampus dapat memoderasi pengaruh *e-commerce* pada minat berwirausaha mahasiswa.
5. Lingkungan kampus memoderasi pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa dengan p-value $0,042 < 0,05$ dan t-statistik $2,034 > 1,96$ mengindikasikan hipotesis kelima (H5) diterima. Maka disimpulkan bahwasanya lingkungan kampus dapat memoderasi pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa.
6. Lingkungan kampus memoderasi pengaruh lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha mahasiswa dengan nilai p-value $0,875 > 0,05$ dan nilai t-statistik $0,157 < 1,96$ mengindikasikan hipotesis keenam (H6) ditolak. Maka disimpulkan bahwa lingkungan kampus tidak mampu memoderasi pengaruh lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha mahasiswa.

C. Pembahasan

1. Pengaruh *E-commerce* Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa

Hasil pengujian statistik menunjukkan bahwa hipotesis pertama (H1) diterima, dimana *e-commerce* berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa akuntansi Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta. Hal ini dibuktikan dari nilai p-value dan nilai t-statistik yang sudah sesuai dengan kriteria pengujian.

Teori *Technology Acceptance Model* (TAM), penelitian ini menunjukkan bahwasanya persepsi kegunaan (*perceived usefulness*)

dan kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dari *platform e-commerce* memiliki peran untuk meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa. *E-commerce* menawarkan alat & fitur yang mempermudah proses bisnis, seperti analisis data penjualan, dan berbagai metode pembayaran yang aman. Ketika mahasiswa menyadari bahwa *e-commerce* dapat membantu mereka dalam mencapai tujuan berwirausaha dan bahwa *platform* tersebut mudah digunakan, maka minat mahasiswa untuk berwirausaha akan meningkat

2. Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa

Hasil pengujian statistik membuktikan bahwa hipotesis kedua (H2) diterima, dimana pengetahuan kewirausahaan berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa akuntansi Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta. Hal ini dibuktikan dari nilai p-value dan nilai t-statistik yang sudah sesuai dengan kriteria pengujian.

Hasil ini dapat dijelaskan melalui kerangka TPB (*Theory of Planned Behavior*) yang menyatakan bahwa, perilaku seseorang dipengaruhi oleh niat, yang pada gilirannya dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku. Dalam konteks kewirausahaan, pengetahuan yang dimiliki mahasiswa tentang kewirausahaan berperan penting dalam membentuk sikap positif terhadap aktivitas wirausaha, meningkatkan persepsi kemampuan mereka untuk menjalankan usaha, dan memperkuat norma sosial yang mendukung mahasiswa tertarik sebagai wirausahawan.

Jika seseorang memiliki pengetahuan kewirausahaan yang tinggi, minat untuk berwirausaha juga akan semakin besar. Sebaliknya, jika pengetahuan kewirausahaan individu rendah, minat untuk berwirausaha cenderung rendah. Hal ini disebabkan karena pengetahuan kewirausahaan memungkinkan seseorang untuk menganalisis peluang di sekitarnya dan mengubahnya menjadi usaha

yang menguntungkan. Pengetahuan kewirausahaan membantu individu dalam membuka dan mengelola usaha dengan maksimal, sehingga mendorong mereka untuk lebih berminat dalam berwirausaha (Indriyani & Subowo 2019). Maka dari itu, pengetahuan kewirausahaan berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa Akuntansi Universitas Jenderal Achamd Yani Yogyakarta.

3. Pengaruh Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa

Hasil pengujian statistik menunjukkan bahwa hipotesis ketiga (H3) diterima, dimana lingkungan keluarga berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa akuntansi Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta. Hal ini dibuktikan dengan nilai p-value dan nilai t-statistik yang telah sesuai kriteria pengujian.

Seseorang cenderung melakukan suatu tindakan jika memiliki niat atau rencana yang kuat untuk melakukannya, sesuai dengan penjelasan *Theory of Planned Behavior* (TPB). Dengan kata lain, niat atau motivasi untuk melakukan suatu tindakan akan semakin kuat jika seseorang memiliki keinginan yang lebih besar untuk melakukannya. Selain itu, keputusan untuk berwirausaha juga dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti lingkungan keluarga (Rumangkit dkk., 2022). Dukungan dan motivasi dari keluarga bisa meningkatkan minat siswa untuk berwirausaha, karena mereka merasa didukung dan termotivasi oleh lingkungan keluarga mereka.

Lingkungan keluarga berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa karena keluarga seringkali menjadi sumber utama nilai-nilai, pengetahuan, dan pengalaman awal tentang bisnis dan kewirausahaan. Keluarga yang memiliki latar belakang usaha cenderung memberikan contoh nyata, bimbingan, serta dukungan moral dan finansial kepada mahasiswa yang berminat untuk memulai bisnis (Ningsih, 2017). Selain itu, keluarga juga dapat memberikan jaringan

dan koneksi yang penting dalam dunia bisnis, yang membantu mahasiswa merasa lebih siap dan yakin untuk terjun ke dunia kewirausahaan. Dengan demikian, lingkungan keluarga yang positif dan mendukung menjadi faktor penting dalam membentuk minat dan motivasi berwirausaha mahasiswa.

4. Lingkungan Kampus Memoderasi Pengaruh *E-Commerce* Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa

Hasil dari pengujian statistik membuktikan bahwa hipotesis keempat (H4) diterima, dimana lingkungan kampus dapat memoderasi pengaruh *e-commerce* terhadap minat berwirausaha mahasiswa akuntansi Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta. Hal ini dibuktikan dengan nilai p-value dan nilai t-statistik yang telah sesuai dengan kriteria pengujian.

Berdasarkan *Theory Technology Acceptance Model* (TAM), lingkungan kampus yang kondusif dapat meningkatkan persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dan kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) platform *e-commerce* (Manik & Usman, 2024). Lingkungan kampus yang mendukung kewirausahaan menyediakan akses ke berbagai sumber daya, seperti pelatihan, seminar, dan bimbingan kewirausahaan, yang membantu mahasiswa lebih memahami dan memanfaatkan platform *e-commerce* untuk kegiatan bisnis mereka. Selain itu, dukungan dari dosen dan sesama mahasiswa menciptakan iklim yang positif dan inovatif, yang mendorong mahasiswa untuk lebih berani mengambil risiko dan mencoba berwirausaha.

5. Lingkungan Kampus Memoderasi Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa

Hasil dari pengujian statistik membuktikan bahwa hipotesis kelima (H5) diterima, dimana lingkungan kampus dapat memoderasi pengaruh pengetahuan kewirausahaan pada minat berwirausaha

mahasiswa akuntansi Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta. Hal ini dibuktikan dengan nilai p-value dan nilai t-statistik yang telah sesuai dengan kriteria pengujian.

Menurut *Theory of Planned Behavior* (TPB), lingkungan kampus yang mendukung dapat memperkuat hubungan antara pengetahuan kewirausahaan dan minat berwirausaha. Ketika mahasiswa mendapatkan pengetahuan kewirausahaan melalui seminar atau workshop yang diadakan oleh kampus, mahasiswa lebih mampu mengidentifikasi peluang bisnis dan merencanakan langkah-langkah untuk memulai usaha (Maharani & Nugraha 2022). Lingkungan kampus yang mendukung kewirausahaan memberikan sumber daya tambahan seperti mentor, sarana dan prasarana yang dapat membantu mahasiswa menerapkan pengetahuan mereka dalam berwirausaha.

Selain itu, lingkungan kampus yang mendukung juga membantu membangun kepercayaan diri dan motivasi mahasiswa untuk berwirausaha. Kampus yang menyediakan program-program kewirausahaan, kompetisi bisnis menciptakan suasana yang mendukung dan inspiratif. Dengan demikian, lingkungan kampus yang positif dan mendukung penerapan pengetahuan kewirausahaan dapat secara signifikan meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa.

6. Lingkungan Kampus Memoderasi Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa

Hasil dari pengujian statistik membuktikan bahwa hipotesis keenam (H6) diterima, dimana lingkungan kampus tidak dapat memoderasi pengaruh lingkungan keluarga pada minat berwirausaha mahasiswa akuntansi Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai p-value dan nilai t-statistik yang tidak sesuai dengan kriteria pengujian.

Theory Planned Behavior (TPB) mengatakan bahwa minat berwirausaha dipengaruhi oleh sikap mahasiswa, norma sosial, dan

persepsi kontrol mereka. Jika lingkungan kampus tidak mampu memoderasi pengaruh lingkungan keluarga pada minat berwirausaha, berarti dukungan atau fasilitas yang diberikan kampus tidak cukup kuat untuk memengaruhi bagaimana keluarga membentuk sikap dan niat mahasiswa (Lombo, 2023).

Dengan kata lain, meskipun kampus menyediakan berbagai program atau dukungan kewirausahaan, jika mahasiswa sudah mendapatkan dukungan kuat dari keluarga, tambahan bantuan dari kampus mungkin tidak banyak memengaruhi. Ini menunjukkan bahwa dukungan dari keluarga lebih berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa dibandingkan dengan pengaruh yang diberikan oleh lingkungan kampus.