

SKRIPSI

**PENGARUH *E-COMMERCE*, KEPRIBADIAN DAN
EKSPEKTASI PENDAPATAN TERHADAP MINAT
BERWIRSAUSAHA DITINJAU DALAM PRESPEKTIF
EKONOMI ISLAM
(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry)**



Diajukan Oleh :

**EKA FITRI
NIM. 190602043**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2023 M /1444 H**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Eka Fitri
NIM : 190602043
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini saya menyatakan bahwa apabila penulisan SKRIPSI ini, saya:

- 1. Tidak menggunakan gagasan pihak yang lainnya tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.*
- 2. Tidak melakukan plagiasi terhadap karya orang lain.*
- 3. Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber lain atau seizin dari pemilik karya.*
- 4. Tidak melakukan penyelewengan dan kecurangan, serta pemalsuan data.*
- 5. mengerjakan secara mandiri karya ini dan mampu untuk bertanggung jawab terhadap karya penulisan ini.*

Bila pada kemudian hari adanya tuntutan dari pihak yang lain atas karya penulisan ini dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggung jawabkan dan ternyata ditemukan bahwa saya melakukan pelanggaran, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan saksi yang lainnya berdasarkan aturan yang telah berlaku pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebaik-baiknya.



Banda Aceh, 11 Juli 2023

Yang Menyatakan,

Eka Fitri

PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASAH SKRIPSI

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry Banda Aceh
Sebagai Salah Satu Beban Studi
Untuk Menyelesaikan Program Studi Ekonomi Syariah
Dengan Judul:

**Pengaruh *E-Commerce*, Kepribadian Dan Ekspektasi Pendapatan Terhadap
Minat Berwirausaha Ditinjau Dalam Prespektif Ekonomi Islam
(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry)**

Disusun Oleh:

Eka Fitri

NIM. 190602043

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya
telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan dalam penyelesaian studi
pada Program Studi Ilmu Ekonomi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Ar- Raniry Banda Aceh

Pembimbing I



Khairul Amri, S.E., M.Si
NIDN. 0106077507

Pembimbing II



Azimah Dianah, S.E., M.Si.Ak
NIDN. 2026028803

Mengetahui
Ketua Program Studi Ekonomi Syariah



Dr. Nilam Sari, M.Ag
NIP. 197103172008012007

PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Eka Fitri
NIM. 190602043

Dengan Judul:

**Pengaruh *E-Commerce*, Kepribadian Dan Ekspektasi Pendapatan Terhadap
Minat Berwirausaha Ditinjau Dalam Prespektif Ekonomi Islam
(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN
Ar-Raniry)**


Telah Disidangkan oleh Dewan Penguji Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh
dan Dinyatakan Lulus serta Diterima Sebagai Salah Satu Syarat untuk
Menyelesaikan Program Studi *Suata Satu (S-1)* dalam Ekonomi Syariah


Pada Hari/Tanggal: Selasa, 11 Juli 2023
22 Dzulhijjah 1444 H

Banda Aceh,
Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua

Sekretaris



Khajjul Amri, S.E., M.Si
NIDN. 0106077507


Azimah Dianah, S.E., M.Si, Ak
NIDN. 2026028803

Penguji I,

Penguji II,


Ayumiati, S.E., M.Si
NIP. 197806152009122002


Intan Qurratulaini, S.Ag., M.Si
NIP. 197612172009122001

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry Banda Aceh,


Dr. Haras Fuqani, M.Ec
NIP. 198006252009011009



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
UPT. PERPUSTAKAAN

Jl. Syeikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922

Web: www.library.ar-raniry.ac.id, Email: library@ar-raniry.ac.id

**FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH
MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Saya bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Eka Fitri
NIM : 190602043
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti Non-Eksekutif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah:

Tugas Akhir KKKU Skripsi

yang berjudul:

Pengaruh *E-Commerce*, Kepribadian Dan Ekspektasi Pendapatan Terhadap Minat Berwirausaha Ditinjau Dalam Prespektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry)

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendisminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain. Secara fulltext untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencatumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut.

UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya,

Dibuat di : Banda Aceh

Pada Tanggal :

Penulis

Eka Fitri

NIM. 190602043

Mengetahui,
Pembimbing I

Khairul Amri, S.E., M.Si

NIDN. 0106077507

Pembimbing II

Azimah Dianah, S.E., M.Si, Ak

NIDN. 2026028803

KATA PENGANTAR



Syukur Alhamdulillah kita panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta karunia-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *E-commerce*, Kepribadian Dan Ekspektasi Pendapatan Terhadap Minat Berwirausaha Ditinjau Dalam Prespektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry)”**. Shalawat beriring salam tidak lupa kita curahkan kepada junjungan Nabi besar kita Nabi Muhammad SAW, yang telah mendidik seluruh umatnya untuk menjadi generasi terbaik di muka bumi ini.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa ada beberapa kesilapan dan kesulitan, namun berkat bantuan dari berbagai pihak Alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Dr. Hafas Furqani, M.Ec selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.
2. Dr. Nilam Sari, M.Ag dan Ayumiati, SE., M.Si. selaku ketua dan sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Ar- Raniry Banda Aceh.

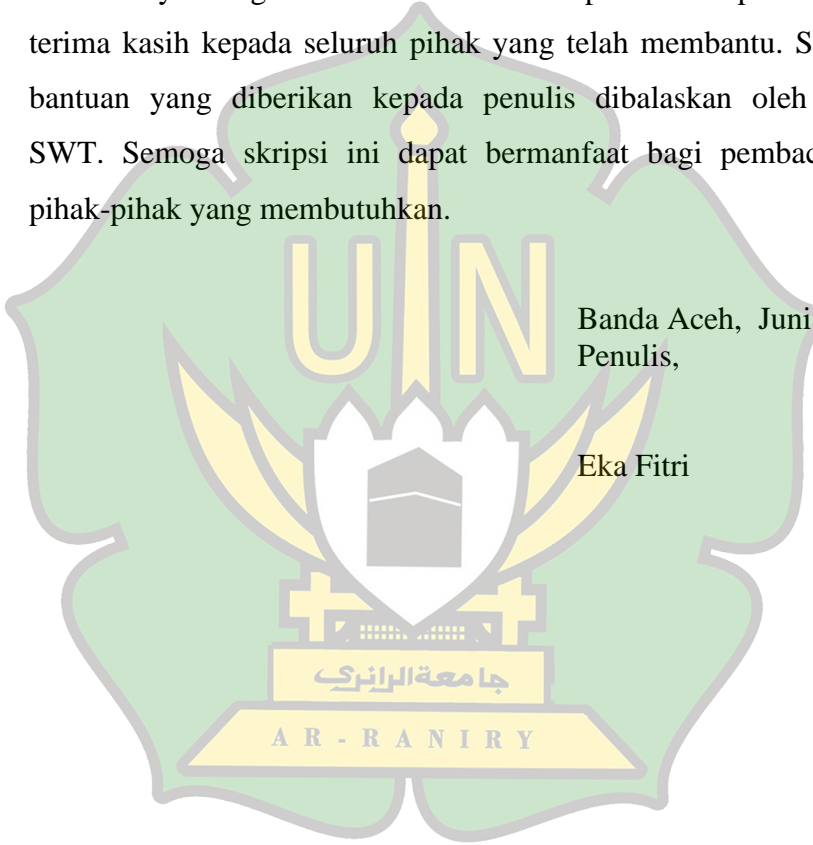
3. Hafiizh Maulana, S.P., S.HI., M.E selaku Ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
4. Dr. Khairul Amri, SE., M.Si dan Azimah Dianah, S.E.,M.Si.,AK selaku pembimbing I dan pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu dan pikiran dalam memberikan masukan-masukan dan arahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Rina Desiana, M.E selaku dosen Penasehat akademik yang telah membimbing serta memberikan nasehat dan motivasi terbaik untuk penulis selama menempuh pendidikan di program studi strata satu (S1) Ekonomi Syariah.
6. Seluruh dosen dan civitas akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
7. Terimakasih kepada mahasiswa FEBI yang telah berpartisipasi dalam penelitian ini dalam pengumpulan data dan responden penelitian ini.
8. Kedua orang tua tercinta. Bapak Ramlan dan Ibu Murniati yang selalu memberikan kasih sayang, do'a serta dorongan moril maupun materil yang tak terhingga agar penulis memperoleh yang terbaik dan mampu menyelesaikan studi hingga tahap akhir.

9. Teman-teman seperjuangan Jurusan Ekonomi Syariah yang turut membantu serta memberi saran-saran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat dan karunia-Nya dengan balasan Akhir kata penulis ucapkan ribuan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu. Semoga bantuan yang diberikan kepada penulis dibalaskan oleh Allah SWT. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pihak-pihak yang membutuhkan.

Banda Aceh, Juni 2023
Penulis,

Eka Fitri



TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN
Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K
Nomor: 158 Tahun 1987 – Nomor: 0543b/u/1987

1. Konsonan

No.	Arab	Latin	No.	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ظ	Ṭ
2	ب	B	17	ظ	Ẓ
3	ت	T	18	ع	'
4	ث	Ṣ	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	Ḥ	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Ẓ	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ع	'
14	ص	Ṣ	29	ي	Y
15	ض	Ḍ			

2. Vokal

Vokal Bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

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

Tanda	Nama	Huruf Latin
َ	<i>Fathah</i>	A
ِ	<i>Kasrah</i>	I
ُ	<i>Dammah</i>	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
َ ي	<i>Fathah</i> dan ya	Ai
َ و	<i>Fathah</i> dan wau	Au

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول : *haul*

3. *Maddah*

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda
ي / اَ	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i>	Ā
يِ	<i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>	Ī
يُ	<i>Dammah</i> dan <i>wau</i>	Ū

Contoh:

قَالَ	:	<i>qāla</i>
رَمَى	:	<i>ramā</i>
قِيلَ	:	<i>qīla</i>
يَقُولُ	:	<i>yaqūlu</i>

4. *Ta Marbutah* (ة)

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua.

- Ta marbutah* (ة) hidup R Y
Ta marbutah (ة) yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.
- Ta marbutah* (ة) mati
Ta marbutah (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.
- Kalau pada suatu kata yang akhir katanya *ta marbutah* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al,

serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *Rauḍah al-atfāl/ rauḍatulatfāl*

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ : *Al-Madīnah al-Munawwarah/
alMadīnatul Munawwarah*

طَلْحَةُ : *Ṭalḥah*

Catatan:

Modifikasi

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail, sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Ḥamad Ibn Sulaiman.
2. Nama Negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr; Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.

ABSTRAK

Nama : Eka Fitri
NIM : 190602043
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
Judul : ”Pengaruh *E-commerce*, Kepribadian dan Ekspektasi Pendapatan Terhadap Minat Berwirausaha Ditinjau Dalam Prespektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry)”
Pembimbing I : Dr. Khairul Amri, SE., M.Si
Pembimbing II : Azimah Dianah, S.E.,M.Si.,AK

Jumlah lulusan perguruan tinggi di Indonesia setiap tahunnya yang semakin meningkat namun tidak sebanding dengan jumlah lapangan pekerjaan yang tersedia, sehingga berdampak pada meningkatnya pengangguran terdidik. Salah satu upaya untuk mengurangi tingkat pengangguran di kalangan terdidik yaitu dengan menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada mahasiswa. penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *e-commerce*, kepribadian dan ekspektasi pendapatan terhadap minat berwirausaha mahasiswa FEBI secara parsial maupun simultan. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda dengan menyebarkan kuesioner kepada 91 responden. Hasil penelitian ini menyebutkan bahwa *e-commerce*, kepribadian dan ekspektasi pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa FEBI. Secara simultan atau secara bersama-sama *e-commerce*, kepribadian dan ekspektasi pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa FEBI

Kata Kunci: *E-commerce*, *Kepribadian*, *Ekspektasi Pendapatan*, *Minat Berwirausaha*

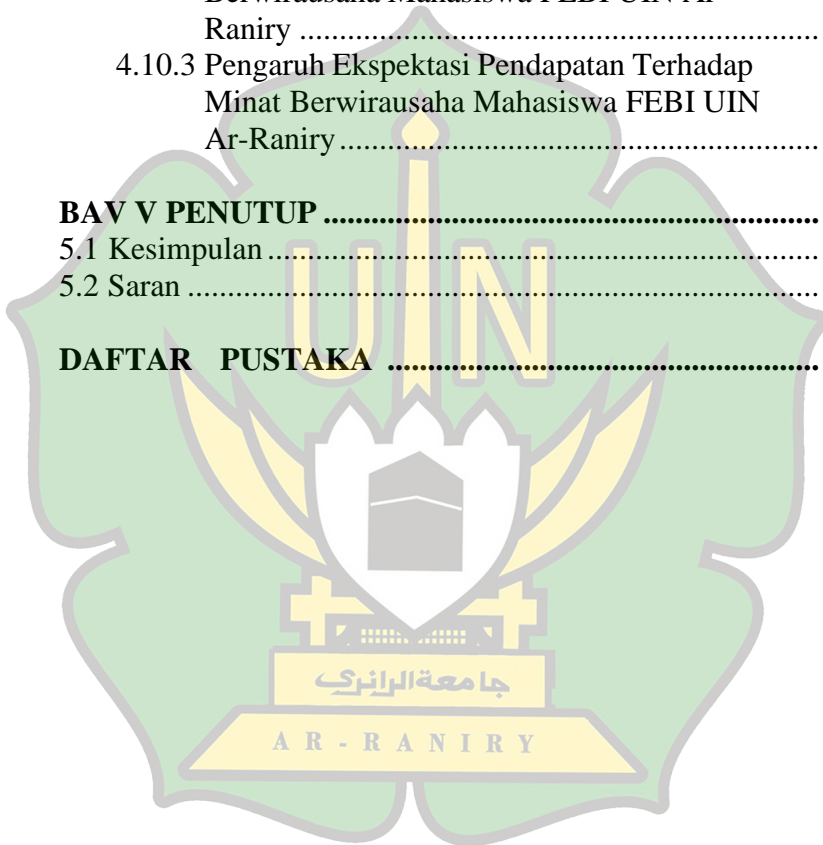
DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	ii
PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI.....	iii
PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI...	iv
PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
KATA PENGANTAR.....	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI	ix
ABSTRAK	xiii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.5 Sistematika Pembahasan.....	12
BAB II LANDASAN TEORI.....	14
2.1 Minat Berwirausaha.....	14
2.1.1 Pengertian Minat Berwirausaha.....	14
2.1.2 Indikator Minat Berwirausaha	16
2.1.3 Minat Berwirausaha Dalam Prespektif Ekonomi Islam	18
2.1.4 Indikator Minat Berwirausaha Dalam Prespektif Ekonomi Islam.....	21
2.2 E-Commerce	24
2.2.1 Pengertian <i>E-commerce</i>	24
2.2.2 Indikator <i>E-commerce</i>	26
2.2.3 <i>E-commerce</i> Dalam Prespektif Ekonomi Islam ...	28
2.2.4 Indikator <i>E-commerce</i> Dalam Prespektif Ekonomi Islam	30
2.3 Kepribadian.....	31
2.3.1 Pengertian Kepribadian	31
2.3.2 Indikator Kepribadian	33

2.3.3 Kepribadian Dalam Prespektif Ekonomi Islam	34
2.3.4 Indikator Kepribadian Dalam Prespektif Ekonomi Islam.....	36
2.4 Ekspektasi Pendapatan.....	37
2.4.1 Pengertian Ekspektasi Pendapatan.....	37
2.4.2 Indikator Ekspektasi Pendapatan	39
2.4.3 Ekspektasi Pendapatan Dalam Prespektif Ekonomi Islam	39
2.4.4 Indikator Ekspektasi Pendapatan Dalam Prespektif Ekonomi Islam.....	41
2.5 Penelitian Terkait.....	43
2.6 Keterkaitan Antar Variabel.....	52
2.6.1 Pengaruh <i>E-commerce</i> Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Dalam Ekonomi Islam	52
2.6.2 Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Dalam Ekonomi Islam.....	54
2.6.3 Pengaruh Ekspektasi Pendapatan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Dalam Ekonomi Islam.....	55
2.7 Hipotesis Penelitian	57
BAB III METODE PENELITIAN	59
3.1 Desain Penelitian	59
3.2 Jenis Data Dan Teknik Perolehan Data	59
3.3 Populasi Dan Sampel	60
3.3.1 Populasi.....	60
3.3.2 Sampel	61
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	63
3.5 Skala Pengukuran	63
3.6 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	64
3.6.1 Minat Berwirausaha Sebagai Y	64
3.6.2 <i>E-commerce</i> Sebagai X_1	65
3.6.3 Pengetahuan Kewirausahaan Sebagai X_2	65
3.6.4 Ekspektasi Pendapatan Sebagai X_3	66
3.7 Instrumen Penelitian	69

3.7.1 Uji Validitas.....	69
3.7.2 Uji Reabilitas	69
3.8 Uji Asumsi Klasik.....	70
3.8.1 Uji Normalitas.....	70
3.8.2 Uji Multikolinearitas.....	70
3.8.3 Uji Heteroskedastisitas	71
3.9 Analisis Regresi Linear Berganda	72
3.10 Uji Hipotesis	73
3.10.1 Uji Parsial (Uji T)	73
3.10.2 Uji Statistik (Uji F)	73
3.10.3 Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	74
BAV IV HASIL PENELITIAN PEMBAHASAN.....	75
4.1 Gambaran Umum Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.....	75
4.1.1 Visi Misi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.....	76
4.2 Gambaran Umum Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas UIN Ar-Raniry Banda Aceh.....	77
4.2.1 Visi, Misi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas UIN Ar-Raniry Banda Aceh	77
4.3 Karakteristik Responden.....	78
4.3.1 Responden Menurut Jenis Kelamin	78
4.3.2 Responden Menurut Tahun Angkatan	79
4.3.3 Responden Menurut Program Studi	79
4.4 Deskripsi Data Penelitian.....	80
4.5 Uji Validitas	81
4.6 Uji Realibilitas	86
4.7 Uji Asumsi Klasik.....	87
4.7.1 Uji Normalitas.....	87
4.7.2 Uji Multikolinearitas	88
4.7.3 Uji Heteroskedastisitas	90
4.8 Analisis Regresi Linear Berganda	91
4.9 Uji Hipotesis	93
4.9.1 Uji Parsial (Uji t).....	93
4.9.2 Uji Stataistik (Uji F)	95

4.9.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	96
4.10 Pembahasan	97
4.10.1 Pengaruh <i>E-commerce</i> Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry.....	97
4.10.2 Pengaruh kepribadian Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry	99
4.10.3 Pengaruh Ekspektasi Pendapatan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry	101
BAV V PENUTUP	104
5.1 Kesimpulan	104
5.2 Saran	105
DAFTAR PUSTAKA	106



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terkait	48
Tabel 3.1 Populasi Penelitian.....	61
Tabel 3.2 Skala Likert.....	64
Table 3.3 Ringkasan Definisi Operasional Variabel.....	67
Tabel 4.1 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin....	78
Tabel 4.2 Jumlah Responden Berdasarkan Tahun Angkatan	79
Tabel 4.3 Jumlah Responden Berdasarkan Prodi.....	80
Tabel 4.4 Interval Penilaian Jawaban Responden.....	81
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas (X1).....	82
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas (X2).....	83
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas (X3).....	84
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas (Y).....	85
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas.....	86
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas.....	88
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas.....	89
Tabel 4.12 Analisis Regresi Linear Berganda.....	91
Tabel 4.13 Hasil Uji F.....	95
Tabel 4.14 Model Summary.....	96



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengangguran Terbuka Menurut Pendidikan Tertinggi yang Ditamatkan	2
Gambar 2.1 Skema Pengaruh Antar Variabel.....	56
Gambar 4.1 Uji Heteroskedastisitas.....	90



BAB I

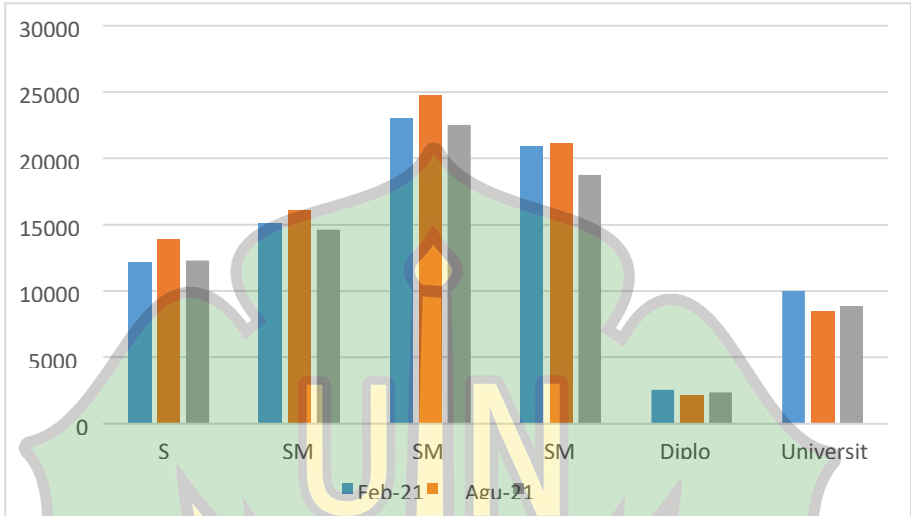
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Jumlah lulusan perguruan tinggi di Indonesia setiap tahunnya semakin meningkat. Seiring dengan meningkatnya jumlah lulusan perguruan tinggi namun tidak setara dengan jumlah lapangan pekerjaan yang tersedia, sehingga berdampak pada meningkatnya pengangguran terdidik. Pengangguran bukanlah sebuah pilihan untuk tidak bekerja melainkan akibat dari sulitnya untuk mendapatkan pekerjaan. Banyak lulusan perguruan tinggi yang lebih memilih menjadi pegawai dibandingkan menjadi wirausaha. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) di Indonesia jumlah angkatan kerja nasional (Sakernas) pada agustus 2022 sebanyak 143,72 juta orang, dan sebanyak 55,06 juta orang (40,69 persen) bekerja pada kegiatan formal adapun tingkat pengangguran terbuka (TPT) Agustus 2022 sebesar 5,86 persen adapun tingkat pengangguran terbuka berdasarkan tingkat pendidikan (Universitas) pada tahun 2022 sebesar 4,80 persen. Berikut ini merupakan grafik pengangguran terbuka menurut Pendidikan tertinggi yang ditamatkan pada tahun 2021-2022 dapat dilihat pada gambar 1.1.

Gambar 1.1

Pengangguran Terbuka Menurut Pendidikan Tertinggi Yang



Ditamatkan (Orang)

Sumber : Badan Pusat Statistik (BPS)

Berdasarkan data dari (BPS) diatas pengangguran lulusan perguruan tinggi pada tahun 2022 masih cukup tinggi. Hal ini mengidentifikasi bahwa lulusan perguruan tinggi ikut menyumbang bertambahnya pengangguran di Indonesia. Dimana jumlah pengangguran bertambah yaitu pada Agustus tahun 2021 tercatat 848.657 dan pada Februari 2022 meningkat menjadi 884.769. Jumlah tersebut menandakan bahwa lulusan universitas tidak sepenuhnya dapat menjadikan seseorang memiliki pekerjaan. Oleh karena itu peran dari perguruan tinggi sangat diperlukan untuk dapat mengarahkan lulusannya untuk dapat mandiri dengan menciptakan lapangan pekerjaan salah satunya yaitu dengan membuat suatu usaha.

Dikhawatirkan pengangguran dikalangan terdidik yang berstatus sarjana semakin meningkat apabila perguruan tinggi tidak mampu mengarahkan mahasiswa untuk dapat menciptakan lapangan pekerjaan. Salah satu upaya untuk mengurangi tingkat pengangguran di kalangan terdidik yaitu dengan menumbuhkan jiwa kewirausahaan mahasiswa perguruan tinggi karena sarjana diharapkan dapat menjadi wirausahaan yang terdidik dan mampu merintis usahanya sendiri yang dapat bermanfaat bagi dirinya sendiri maupun lingkungan sekitarnya. Banyak lulusan sarjana yang menjadi pengangguran, namun hanya sedikit yang berminat dan tertarik untuk memulai bisnis mereka sendiri.

Indonesia memiliki potensi demografi yang sangat besar untuk penguatan dan pengembangan wirausaha muda yang produktif dan berkualitas. Mahasiswa merupakan sumber daya manusia yang berkualitas dan kreatif layak menjadi sumber penguatan dan pengembangan wirausaha dari kalangan anak muda atau yang sering disebut sekarang ini anak muda milenial. Mahasiswa yang merupakan bagian dari generasi milenial yang memiliki kemampuan dalam pemanfaatan kemajuan teknologi dalam segala bidang, kemajuan teknologi dapat dijadikan mahasiswa sebagai tempat menuangkan ide kreatif dan inovatif yang dapat berkontribusi serta berperan dalam membangun perekonomian bangsa.

Kewirausahaan memiliki peranan penting dalam mengurangi pengangguran dan berdampak pada perekonomian

negara. Kehadiran dan peranan wirausaha dapat menciptakan lapangan pekerjaan, meningkatkan kualitas hidup masyarakat, meningkatkan pemerataan pendapatan, serta dapat memanfaatkan sumber daya yang ada secara optimal. Wirausaha adalah orang yang mendobrak sistem ekonomi yang ada dengan memperkenalkan barang dan jasa yang baru, dengan menciptakan bentuk organisasi baru atau mengolah bahan baku baru (Sari, et al., 2020). Seorang wirausahaan adalah orang yang mampu melihat peluang serta memanfaatkan peluang tersebut dengan menciptakan sebuah organisasi. Wirausahaan merupakan individu yang dapat mengembangkan produk atau ide baru dan membangun bisnis dengan konsep baru.

Minat wirausaha merupakan gejala psikis untuk memusatkan perhatian dan berbuat sesuatu terhadap wirausaha dengan perasaan senang karena dapat bermanfaat bagi dirinya (Ulfa, 2015). Minat berwirausaha dapat dilihat dari ketersediaan untuk bekerja keras dan tekun untuk mencapai kemajuan usahanya, kesediaan menanggung macam-macam resiko yang berkaitan dengan tindakan berusaha yang dilakukannya, bersedia belajar untuk mengembangkan usaha diinginkannya. Agar industri-industri dapat tumbuh berkembang dan pengangguran berkurang maka minat berwirausaha juga sangat diperlukan dalam hal ini. Minat berperan penting dalam memulai suatu pekerjaan, apabila seseorang memiliki minat terhadap objek tertentu, maka ia akan lebih fokus serta lebih cenderung memberi

perhatian lebih agar dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan, sehingga mendapat hasil akhir yang baik dari pekerjaan tersebut. terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha seseorang yaitu faktor eksternal dan internal. Faktor eksternal adalah yang berasal dari luar diri wirausahaan seperti *e-commerce*. Sedangkan faktor internal adalah yang berasal dari dalam diri wirausahaan seperti kepribadian dan ekspektasi pendapatan.

E-commerce merupakan suatu media yang dapat digunakan oleh seseorang dalam mempermudah suatu usaha. Menurut Aldrin & Alam, (2020) *e-commerce* sebagai proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen dan masyarakat dengan menggunakan teknologi elektronik dalam bentuk transaksi elektronik dan pertukaran/penjualan barang, jasa dan informasi secara elektronik. Secara sederhana *e-commerce* yaitu suatu bentuk perdagangan yang dilakukan secara online dengan menggunakan internet. Kehadiran *e-commerce* sebagai media transaksi yang baru, cepat dan mudah ini tentunya menguntungkan banyak pihak baik pihak konsumen, maupun pihak produsen dan penjual. Kemudahan yang diberikan *e-commerce* dapat mendorong minat seseorang untuk menjadi seorang wirausahaan. hal tersebut sesuai dengan Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rahayu, (2022) yang menyatakan bahwa *e-commerce* berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Namun berbeda dengan penelitian Eka, (2020)

yang menyatakan bahwa variabel *e-commerce* tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Dalam penelitian ini variabel *e-commerce* menjadi faktor yang sangat penting untuk diteliti karena untuk mengetahui apakah *e-commerce* mempengaruhi minat mahasiswa untuk menjadi wirausaha.

Kepribadian merupakan karakter yang dimiliki oleh seseorang. Rasa percaya diri, berorientasi pada tugas dan hasil, berani mengambil resiko, berjiwa kepemimpinan, diorisinan merupakan suatu kepribadian dari seseorang. Dalam menumbuhkan minat berwirausaha seseorang harus menyesuaikan karakter yang ia miliki agar dapat menjadi wirausahaan.

Apabila dengan adanya rasa percaya diri maka seseorang akan ingin menjadi seorang wirausahaan. Semakin mendekati karakter seorang wirausaha maka semakin besar pula minat seseorang untuk menjadi wirausaha. hal ini sejalan dengan penelitian Safitri & Rustiana, (2016) yang menyatakan bahwa kepribadian berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha secara simultan dan parsial. Namun berbeda dengan penelitian Parista, (2022) menyatakan bahwa kepribadian berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat berwirausaha. Maka dari penjelasan tersebut pengetahuan menjadi faktor penting untuk diteliti agar dapat melihat bagaimana pengaruh kepribadian tersebut terhadap minat berwirausaha mahasiswa FEBI UIN- Ar-Raniry.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi minat berwirausaha seseorang adalah ekspektasi pendapatan karena semakin besar ekspektasi pendapatan seseorang maka semakin besar pula minat berwirausaha. Ekspektasi pendapatan merupakan harapan untuk memperoleh penghasilan yang tinggi sehingga dengan adanya ekspektasi yang pendapatan yang tinggi maka mahasiswa akan lebih tertarik (Kardiana & Melati, 2019). Menjadi wirausahaan dapat menjadi salah satu upaya untuk mendapatkan penghasilan yang tinggi, dengan menjadi wirausahaan seseorang dapat menjadi manajer yang biasanya berpenghasilan tinggi. Sejalan dengan penelitian Putri, (2019) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif ekspektasi pendapatan terhadap minat berwirausaha. Namun penelitian yang dilakukan oleh Saputri, (2019) menyatakan bahwa variabel ekspektasi pendapatan tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Dalam penelitian ini variabel ekspektasi pendapatan merupakan faktor penting untuk diteliti guna mengetahui apakah ekspektasi pendapatan mempengaruhi minat mahasiswa untuk menjadi wirausahaan.

Islam merupakan agama yang paling sempurna dalam segala hal. Islam mengharuskan umatnya agar bekerja dan berbisnis sesuai dengan perintah dan menjauhi larangan Allah SWT. Berdagang merupakan salah satu pekerjaan yang sangat mulia dan utama selama berada di jalan yang sesuai dengan atauran dan tidak melanggar batas-batas syariat yang telah

ditetapkan oleh Allah SWT. Islam sangat menganjurkan umatnya untuk berwirausaha serta dalam pelaksanaannya mengedepankan ahklakul kharimah. Menjadi wirausahaan merupakan salah satu bentuk yang dapat dilakukan seorang muslim untuk mencari rizki. Konsep berwirausaha dalam prespektif islam harus didasarkan pada prinsip-prinsip ekonomi islam. Dalam islam untuk menjadi wirausaha bukanlah sekedar hanya memperoleh keuntungan namun keberkahan harus diperoleh dengan menerapkan prinsip islam. Sebagai seorang wirausahaan tetap harus menjalankan perintah Allah SWT dalam seluruh aspeknya, termasuk dalam kegiatan bisnis dengan menjaga yang halal dan menjauhi yang haram. Serta seorang wirausaha harus menjaga moral dan etika terhadap bisnis karena moralitas sangat penting dan memiliki nilai utama bagi seorang wirausahaan dalam menjalankan bisnis.

Pemilihan FEBI sebagai tempat penelitian karena dalam kurikulum pembelajarannya terdapat materi mengenai kewirausahaan yang menjadikan mahasiswa memiliki pengetahuan lebih mengenai kewirausahaan yang berpeluang bagi mahasiswa untuk menjadi seorang wirausahaan serta diharapkan FEBI dapat melahirkan *entrepreneur* yang bermutu, islami, dan mampu memberikan peranan yang besar bagi perekonomian Indonesia. Dengan menjadi wirausahaan mahasiswa dapat mengurangi pengangguran yang berdampak pada pertumbuhan perekonomian.

Berdasarkan pembahasan di atas penulis tertarik untuk menelaah lebih jauh lagi mengenai pembahasan mengenai **Pengaruh *E-commerce*, Kepribadian, dan Ekspektasi Pendapatan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Dalam Ekonomi Islam Terhadap Mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh**

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah *e-commerce* secara parsial berpengaruh terhadap minat berwirausaha dalam prespektif ekonomi islam pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Ar-Raniry?
2. Apakah kepribadian secara parsial berpengaruh terhadap minat berwirausaha dalam prespektif ekonomi islam pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Ar-Raniry?
3. Apakah ekspektasi pendapatan secara parsial berpengaruh terhadap minat berwirausaha dalam prespektif ekonomi islam pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Ar-Raniry?
4. Apakah *e-commerce*, kepribadian dan ekspektasi pendapatan secara simultan berpengaruh terhadap minat berwirausaha dalam prespektif ekonomi islam pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Ar-Raniry?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Untuk mengetahui pengaruh *e-commerce* secara parsial terhadap minat berwirausaha dalam prespektif ekonomi islam pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Ar- Raniry?
2. Untuk mengetahui pengaruh kepribadian secara parsial terhadap minat berwirausaha dalam prespektif ekonomi islam pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Ar- Raniry?
3. Untuk mengetahui pengaruh ekspektasi pendapatan secara parsial terhadap minat berwirausaha dalam prespektif ekonomi islam pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Ar-Raniry?
4. Untuk mengetahui pengaruh *e-commerce*, kepribadian dan ekspektasi pendapatan secara simultan berpengaruh terhadap minat berwirausaha dalam prespektif ekonomi islam pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Ar-Raniry?

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

1. Peneliti

Peneliti diharapkan dapat memahami lebih dalam mengenai pengaruh *e-commerce*, kepribadian dan ekspektasi pendapatan terhadap minat berwirausaha dalam prespektif ekonomi islam pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Ar-Raniry.

2. Institusi UIN Ar-Raniry

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan produk penelitian di Jurusan Ekonomi Syariah dan diharapkan dapat memberika kontribusi yang baik bagi citivas kepustakaan akademika UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

2. Manfaat Praktis

1. Masyarakat

Dengan adanya penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan masyarakat mengenai pengaruh *e-commerce*, kepribadian dan ekspektasi pendapatan terhadap minat berwirausaha dalam prespektif ekonomi islam.

2. Akademisi

Dengan adanya penelitian ini maka dapat dijadikan sebagai panduan dalam meneliti mengenai pengaruh *e-commerce*, kepribadian dan ekspektasi pendapatan terhadap minat berwirausaha mahasiswa dalam prespektif ekonomi islam islam pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Ar-Raniry.

1.5 Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan suatu urutan penyajian untuk mempermudah dalam menyusun proposal skripsi ini, adapun penyusunan proposal skripsi ini menggunakan sistematika pembahasan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini menjelaskan mengenai gambaran umum penelitian yang terdiri atas latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, mamfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini menjelaskan mengenai teori yang berhubungan dengan penelitian berupa minat berwirausaha, *e-commerce*, kepribadian, ekspektasi pendapatan dan kerangka pemikiran.

BAB III METODELOGI PENELITIAN

Dalam bab ini menjelaskan mengenai jenis penelitian, lokasi penelitian, subjek penelitian, sumber data, Teknik pengumpulan data, dan Teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bagian ini merupakan pelaporan hasil penelitian dan pembahasan yang mengaitkan dengan kerangka teori atau penelitian yang dilakukan.

BAB V PENUTUP

Bagian ini merupakan bab terakhir dari hasil pokok penelitian terdiri dari kesimpulan dan saran.



BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Minat Berwirausaha

2.1.1 Pengertian Minat Berwirausaha

Minat merupakan ketertarikan seseorang pada bidang tertentu (Saifuddin, 2020). Minat berwirausaha adalah rasa ketertarikan terhadap kegiatan berwirausaha yang menciptakan suatu usaha yang bermanfaat bagi diri sendiri dan lingkungan sekitar (Khotimah , et al., 2022). Minat berwirausaha dipengaruhi oleh adanya *soft skills* yang tinggi karena menjadi seorang wirausaha dibutuhkan berbagai keterampilan dalam karakter pribadi yang kuat. Selain itu minat wirausaha adalah ketertarikan individu untuk melakukan suatu usaha dengan mengorganisir, mengatur, dan menanggung risiko serta dapat mengembangkan usaha. Minat wirausaha ada karena keinginan, ketertarikan dan kesediaan untuk melakukan suatu pekerjaan, kemauan dan fokus untuk memenuhi kebutuhannya, tidak takut gagal dan siap menghadapi risiko (Putri, et al., 2022).

Menurut Hanum, (2015) Minat berwirausaha adalah kemampuan untuk memberanikan diri dalam memenuhi kebutuhan hidup serta memecahkan permasalahan hidup, memajukan usaha atau menciptakan usaha dengan kekuatan yang ada pada diri sendiri. Adanya pengetahuan dan informasi

mengenai kewirausaha biasanya akan memunculkan minat berwirausaha serta timbulnya keinginan untuk secara langsung berpartisipasi secara langsung. Minat berwirausaha dari ketersediaan untuk bekerja keras dan tekun untuk mencapai kemajuan usahanya, kesediaan menanggung berbagai risiko yang mungkin terjadi, dapat berinovasi, serta mampu bersaing dalam dunia usaha. Sebagaimana menurut Yadewanil & Wijaya, (2017) yang menyatakan bahwa minat berwirausaha adalah kecenderungan hati dalam diri subjek untuk tertarik menciptakan suatu usaha yang kemudian mengorganisir, mengatur, menanggung risiko dan mengembangkan usaha yang diciptakannya sendiri.

Minat berwirausaha dapat didefinisikan sebagai dorongan dan rasa ketertarikan individu untuk melihat peluang dengan menggunakan kemampuan kreatif dan inovatif dalam menciptakan nilai tambah barang dan jasa yang dilakukan dengan keberanian dalam menghadapi risiko (Idriyani & Margunani, 2018). Minat berwirausaha dapat didasarkan dari sikap seseorang untuk terjun memulai usaha baru. Adanya minat berwirausaha akan menjadikan

seseorang lebih giat dalam mencari dan memanfaatkan peluang usaha dan mengoptimalkan potensi yang ada (Mardia, et al., 2021).

Jiwa kewirausahaan di kalangan lulusan perguruan tinggi kurang dimiliki karena pada umumnya mahasiswa mengharapkan berlangsungnya budaya tradisi, yaitu bekerja di sektor formal sebagai karyawan yang dianggap lebih bergengsi. Pendidikan pada hakikatnya bukan hanya sekedar warisan budaya dan silsilah peradaban manusia. Tujuan dari Pendidikan adalah mewujudkan pribadi-pribadi yang mampu menolong diri sendiri ataupun orang lain sehingga dapat mewujudkan kehidupan yang sejahtera (Hamali, 2017). Kurangnya minat berwirausaha diperlukannya dukungan dari beberapa aspek agar mahasiswa tidak hanya berorientasi pada mencari pekerjaan namun juga memikirkan bagaimana cara dapat menciptakan lapangan pekerjaan.

2.1.2 Indikator Minat Berwirausaha

Indikator minat berwirausaha adalah sebagai berikut (Sapitri & Fatimah, 2020):

1. Perasaan senang terhadap sesuatu dapat sesuatu dapat memicu minat seseorang di bandingkan dengan rasa tertarik belaka. Perasaan senang dapat membawa dampak positif bagi seseorang dalam memperbesar minat serta keinginan untuk mewujudkannya.

2. Perhatian merupakan focus pada tenaga atau kekuatan jiwa tertentu pada suatu objek atau pendayagunaan kesadaran untuk menyertai aktivitas.
3. Kesadaran merupakan salah satu unsur penting dalam menumbuhkan minat dikarenakan seseorang ingin menumbuhkan minat terhadap kebutuhan tersebut.
4. Kemauan dapat menumbuhkan minat seseorang untuk mewujudkan sesuatu yang menjadi sumber keterkaitannya. Kemauan dapat mendorong seseorang berminat terhadap sesuatu dan berusaha mewujudkannya menjadi kenyataan.

Indikator minat berwirausaha yang di ambil dalam penelitian ini adalah indikator menurut Mardia, et al., (2021) karena dianggap yang paling sesuai dengan objek penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Kemauan keras untuk mencapai tujuan dan kebutuhan hidup
2. Keyakinan kuat atas kekuatan sendiri
3. Sikap jujur dan tanggung jawab
4. Ketahanan fisik, mental, ketekunan, keuletan, bekerja dan berusaha
5. Pemikiran yang kreatif dan konstruktif
6. Berorientasi ke masa depan dan berani mengambil resiko

2.1.3 Minat Berwirausaha Dalam Perspektif Ekonomi Islam

Dalam praktek ekonomi konvensional minat berwirausaha cenderung mengarah kepada tujuan untuk memperoleh profit sedangkan dalam ekonomi islam minat berwirausaha tidak hanya sekedar melihat materi. Allah SWT melarang orang-orang beriman untuk melakukan kegiatan usaha ekonomi dengan cara yang bathil seperti praktik ribawi, perjudian, penipuan, dan lain-lain. Islam memandang minat berwirausaha harus berlandaskan prinsip-prinsip dan nilai-nilai islam. Prinsip wirausahaan muslim tersebut terlihat dari sifat-sifat sebagai berikut:

a. Sukarela

Allah Swt melarang orang-orang beriman yang melakukan usaha ekonomi dengan jalan yang bathil. Adapaun usaha ekonomi yang bathil jika didalamnya terdapat unsur maisir, gharar, dan riba. Al-qur'an menganjurkan orang-orang yang beriman untuk melakukan usahaekonomi dengan dengan cara yang halal. Dengan jual beli atas dasar kerelaan antar kedua belah pihak tanpa adanya paksaan.

b. Keadilan

Dalam pandangan al-qur'an tanggung jawab individual sangatlah penting dalam transaksi bisnis. Dengan adanya prinsip tanggung jawab ini mencegah terjadinya tindakan yang tidak bertanggung jawab.

Setiap transaksi yang dilakukan harus memiliki tanggung jawab.

c. Akhlak Mulia

1. Siddiq

Dalam melakukan usaha jual beli maka seorang pedagang (wirausaha) harus berlaku jujur. Jujur atau tidaknya seorang pedagang akan berdampak pada kehidupan masyarakat. Apabila pedagang melakukan kecurangan maka sama saja halnya dengan mencuri dan berbuat maksiat.

2. Amanah

Para pedagang harus dapat bertanggung jawab atas usaha yang dilakukannya. Adapun kewajiban dan tanggung jawab para pedagang yaitu menyediakan barang/jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat dengan harga yang wajar, jumlah yang cukup dan mempunyai manfaat yang memadai.

3. Tidak Menipu

Suatu hadist menyatakan bahwa seburuk-buruknya tempat adalah pasar. Hal ini dikarenakan pasar yang dimana tempat orang melakukan jual beli yang di dalamnya penuh dengan penipuan, janji palsu, sumpah palsu, keserakahan, perselisihan, dan keburukan. Maka dalam pentingnya dalam jual beli harus berkata jujur dan

benar. setaip sumpah yang keluar dari mulut manusia harus dengan nama Allah.

Dalam ajaran islam bekerja atau berusaha merupakan bagian yang tidak terpisahkan di dalamnya. Seorang mukmin diwajibkan bekerja untuk menghasilkan keuntungan finansial demi mencukupi kebutuhan diri dan juga keluarga baik itu bekerja secara tetap maupun berwirausaha. terkait dalam hal ini Allah SWT telah berfirman *“Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak agar kamu beruntung.”*(Q.S Aljumu’ah 10)

Islam juga mencintai seorang muslim yang giat bekerja, mandiri, dan juga rajin. Sebaliknya islam membenci orang-orang pemalas, suka berpangku tangan menjadi orang lain dan menjadi beban orang lain. Oleh karena itu bekerja dalam pandangan islam begitu tinggi derajatnya asal dilandasi dengan niat yang baik. Nabi Muhammad SAW diutus oleh Allah SWT ke dunia untuk menyampaikan risalah islam sebagai pegangan hidup dan solusi dalam permasalahan kehidupan manusia. Namun demikian Nabi Muhammad juga mengajarkan perdagangan dan cara berbisnis yang halal dan barokah sebagai salah satu bentuk ajaran islam. Nabi Muhammad sangat menganjurkan kepada umatnya berbisnis (berdagang) karena dapat menumbuhkan jiwa kemandirian dan kesejahteraan bagi keluarga dan meringankan beban orang lain.

2.1.4 Indikator Minat Berwirausaha Dalam Prespektif Ekonomi Islam

Terdapat beberapa indikator yang mendorong atau memicu seseorang melakukan kegiatan usaha atau bisnis dalam prespektif ekonomi islam:

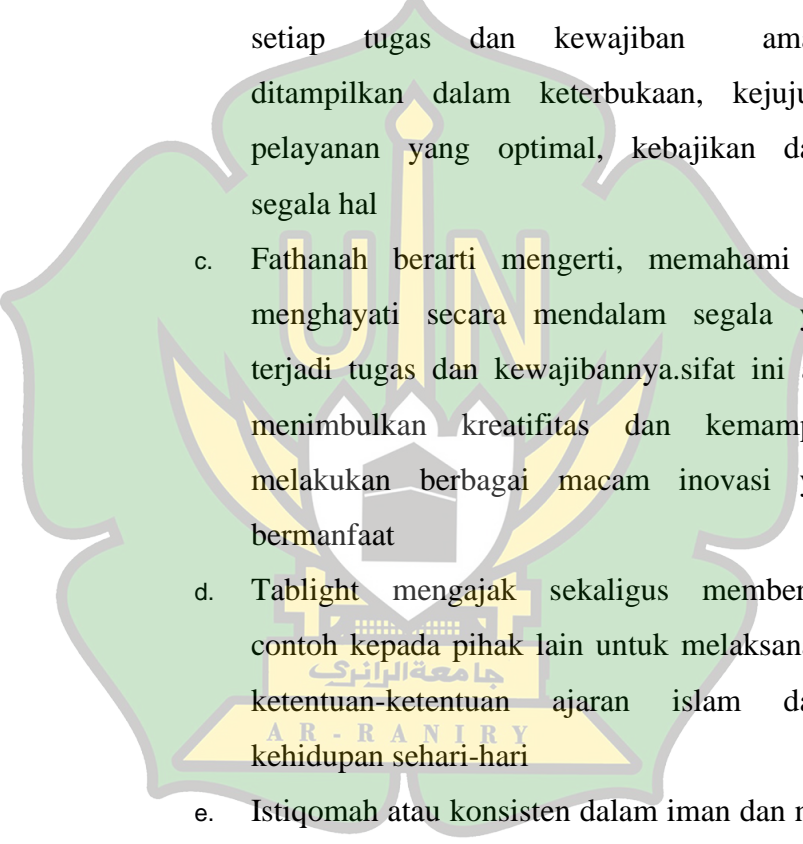
1. Percaya diri dengan menyandarkan segala upaya kepada Allah SWT.

Sebagaimana manusia beriman maka harus memiliki perasaan berserah diri atau bersandar diri dengan penuh harapan setelah melaksanakan tugas atau ikhtiar secara maksimal. Kita harus berpandangan bahwa hasil terbaik hanya ada pada Allah SWT.

2. Kegiatan berwirausaha yang dilakukan menjadi sarana untuk saling tolong menolong

Dalam menjalankan usaha Rasulullah SAW memiliki etika salah satunya yaitu tolong menolong ataupun memberikan manfaat adanya manfaat yang di dapatkan oleh penjual dan pembeli. Penjual mendapatkan profit dari hasil usahanya sedangkan pembeli mendapatkan barang atau jasa yang dibutuhkan.

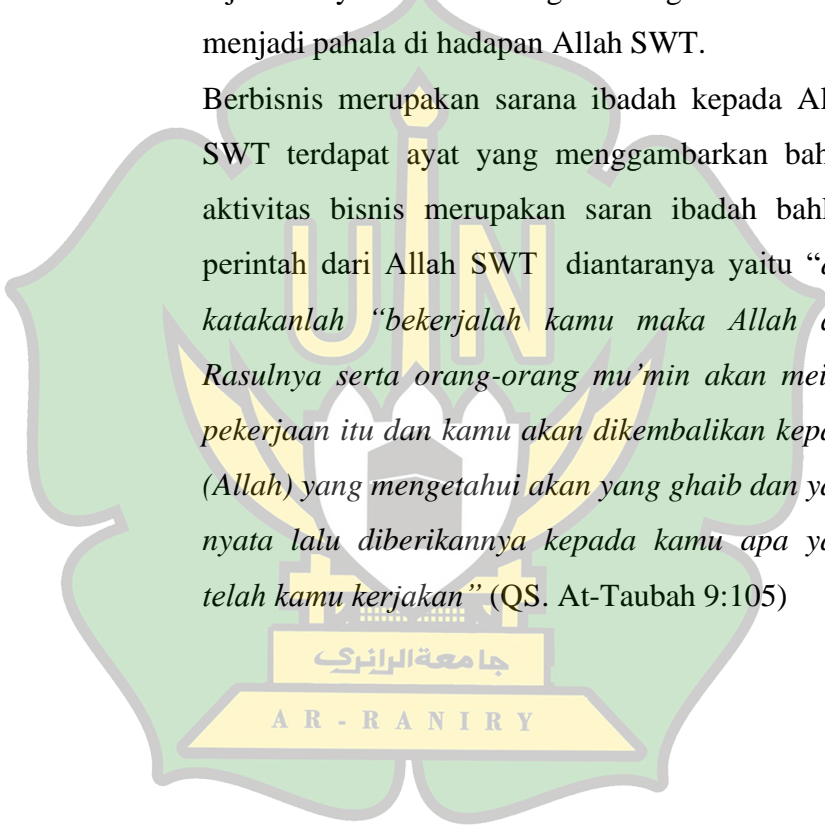
3. Menerapkan sifat Rasulullah SAW dalam berniaga (siddiq, amanah, fathanah, tabligh dan istiqamah)

- 
- a. Shidiq berarti mempunyai kejujuran dan selalu melandasi ucapan, keyakinan dan amal perbuatan atas dasar nilai-nilai yang diajarkan islam.
- b. Amanah tanggung jawab dalam melaksanakan setiap tugas dan kewajiban amanah ditampilkan dalam keterbukaan, kejujuran, pelayanan yang optimal, kebajikan dalam segala hal
- c. Fathanah berarti mengerti, memahami dan menghayati secara mendalam segala yang terjadi tugas dan kewajibannya. sifat ini akan menimbulkan kreatifitas dan kemampuan melakukan berbagai macam inovasi yang bermanfaat
- d. Tabligh mengajak sekaligus memberikan contoh kepada pihak lain untuk melaksanakan ketentuan-ketentuan ajaran islam dalam kehidupan sehari-hari
- e. Istiqomah atau konsisten dalam iman dan nilai-nilai kebaikan meski menghadapi godaan dan cobaan.
4. Memiliki pola pikir yang positif terhadap hasil usaha. Berpikir positif akan melahirkan sikap produktif, efisiensi dan kreatif, setiap entrepreneur berpikir

positif bagian hal yang sangat penting agar usaha dapat berkembang dan maju sehingga dapat menghasilkan upaya yang maksimal

5. Memiliki orientasi menjadi bisnis yang dijalankannya tersebut sebagai ladang ibadah dan menjadi pahala di hadapan Allah SWT.

Berbisnis merupakan sarana ibadah kepada Allah SWT terdapat ayat yang menggambarkan bahwa aktivitas bisnis merupakan sarana ibadah bahkan perintah dari Allah SWT diantaranya yaitu *“dan katakanlah “bekerjalah kamu maka Allah dan Rasulnya serta orang-orang mu’min akan melihat pekerjaan itu dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) yang mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata lalu diberikannya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan”* (QS. At-Taubah 9:105)



2.2 *E-commerce*

2.2.1 Pengertian *E-commerce*.

E-commerce adalah penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui sarana elektronik seperti internet atau televisi, www, atau jaringan computer lainnya. *E-commerce* merupakan bagian dari *e-business*, dimana cakupan *e-business* lebih luas, tidak hanya sekedar perniagaan tetapi mencakup juga pengkolaborasi mitra bisnis, pelayanan nasabah, lowongan pekerjaan dan lain-lain (Harmayani, et al., 2020). Sedangkan menurut Pramiswari & Dharmadiaksa, (2017) *e-commerce* adalah penggunaan website untuk bertransaksi atau memfasilitasi penjualan produk dan jasa secara online dapat juga dijadikan alat untuk membeli dan menjual produk atau jasa melalui internet dengan menggunakan sistem komputer untuk meningkatkan efisiensi perusahaan secara keseluruhan. penggunaan media informasi dan komunikasi, situs web sebagai salah satu bentuk *e-commerce* adalah media informasi yang jangkauan yang luas serta dapat meminimalisir biaya. Secara umum *e-commerce* dapat di artikan suatu transaksi jual beli yang menggunakan media elektronik digital dengan menghubungkan internet yang di dalamnya sudah termasuk pemesanan, pembayaran serta promosi yang dapat dapat dilakukan tanpa batasan waktu dan tempat.

Menurut Akbar & Alam, (2020) *e-commerce* juga dapat didefinisikan sebagai proses bisnis dengan menggunakan teknologi elektronik yang menghubungkan perusahaan, konsumen dan masyarakat dalam bentuk transaksi elektronik dan pertukaran/penjualan barang, jasa dan informasi secara elektronik. Transaksi elektronik dapat dilakukan dengan menghubungkan ke internet. Siapapun yang memiliki koneksi internet dapat dapat berpartisipasi dalam kegiatan *e-commerce*. Adapun *e-commerce* adalah aktivitas penyebaran, penjualan, pembelian, pemasaran produk (barang dan jasa) dengan memanfaatkan jaringan telekomunikasi seperti internet dan jaringan computer (Putri, et al., 2022). pengaplikasian internet dalam melaksanakan bisnis dengan *e-commerce* tidak hanya mencakup transaksi penjualan dan pembelian barang, termasuk aktivitas pendukung seperti iklan, pemasaran, pelayanan, keamanan, *service* dan sistem pembayaran.

Menurut Rerung, (2018) *e-commerce* dapat diartikan sebagai arena terjadinya transaksi atau pertukaran informasi antara penjual dan pembeli di dunia maya. *E-commerce* memungkinkan suatu perusahaan menjangkau seluruh dunia untuk memasarkan produk atau jasa tanpa harus dibatasi oleh batas geografis. *E-commerce* hadir memenuhi gaya hidup modern manusia yang menuntut kemudahan dan kecepatan dalam segala bidang. *e-commerce* menjadi salah satu pemicu

terbentuknya prinsip ekonomi baru yang sekarang dikenal sebagai ekonomi digital. *E-commerce* juga dapat di definisikan sebagai suatu jenis mekanisme bisnis secara elektronik yang memfokuskan diri pada transaksi bisnis berbasis individu dengan menggunakan internet sebagai medium pertukaran bara atau jasa baik antara dua buah institusi (B-to-B) maupun antar institusi dan konsumen langsung (B-to-C) (Romindo, et al., 2019).

Pada dasarnya *e-commerce* merupakan dampak dari berkembangnya teknologi pada sekarang ini sehingga dapat merubah cara manusia dalam berinteraksi dengan lingkungannya, seperti halnya terkait dengan sistem perdagangan. Semakin banyak masyarakat yang menggunakan internet dalam melakukan aktivitasnya sehari-hari secara tidak langsung telah menciptakan dunia baru atau yang lebih dikenal dengan dunia maya. Dapat kita lihat banyak masyarakat yang menggunakan *e-commerce* sebagai media untuk bertransaksi. Hilangnya batasan dunia yang memungkinkan seseorang berkomunikasi dengan orang lain secara secara efektif dan efisien secara tidak langsung telah merubah suatu bisnis antara perusahaan dengan konsumennya.

2.2.2 Indikator *E-commerce*

Menurut Prasetio, et al., (2021) indikator yang dinyatakan dalam *e-commerce* yaitu:

1. Efisiensi biaya pengeluaran

Hal ini dapat dilakukan perusahaan untuk dapat meminimalisir biaya yang dikeluarkan.

2. Reputasi

Untuk menilai suatu *e-commerce* biasanya para konsumen melihat dari berbagai hal salah satunya yaitu reputasi atau rating dari suatu *e-commerce* tersebut

3. Kemudahan dalam berbisnis

Keinginan untuk menggunakan *e-commerce* adalah ukuran tingkat keinginan seseorang untuk melakukan transaksi menggunakan *e-commerce* atau bertransaksi secara online.

Indikator *e-commerce* yang diambil dalam penelitian ini adalah indikator menurut Teresya, Nabiilah, & Tunnajah, (2022) karena yang paling sesuai dengan objek penelitian yaitu adalah sebagai berikut:

1. Akses internet
2. Kemudahan informasi
3. Kemampuan SDM
4. Tanggung jawab manajerial informasi

2.2.3 E-commerce Dalam Prespektif Ekonomi Islam

Terdapat beberapa nilai islami yang harus diterapkan dalam memberikan pelayanan yang maksimal yaitu:

1. Profesional (*fathanah*)

Profesional adalah bekerja sesuai dengan keahlian. Seseorang yang bekerja sesuai dengan keahlian maka akan menghasilkan sesuatu yang baik. Dalam menjalankan bisnis tidak boleh melupakan akhirat semata-mata untuk mencari profit dengan meninggalkan keuntungan akhirat.

2. Jujur (*siddik*)

Dalam melakukan segala kegiatan transaksi harus dilakukan dengan jujur yaitu tidak berdusta. Kesesuaian informasi yang disampaikan dengan fakta seperti halnya jual beli online dalam penulisan deskripsi barang haruslah sesuai dengan apa adanya. tidak melebih lebihkan produk yang ditawarkan dan tidak melakukan penipuan.

3. Amanah

Amanah memiliki arti terpercaya dan bertanggung jawab. Dalam bentuk pelayanan amanah dapat di aplikasikan dengan mengoptimalkan dan berbuat baik dalam melakukan pelayanan. Dapat bertanggung jawab dengan pekerjaan baik dalam pelayanan maupun pekerjaan lainnya.

4. Keramahan dan Kesopanan (*tabligh*)

Dalam pelayanan kesopanan dan keramahan sangat penting. Konsumen dapat merasa puas dan nyaman apabila pelayanan memiliki informasi yang baik, ramah, sopan dan mamakai tutur kata yang baik.

Islam menjelaskan bahwa transaksi apapun dan bagaimanapun kreasinya, selama tidak mengandung hal-hal yang menyebabkan terjadinya kerugian pada salah satu pihak bertransaksi dan barang yang diperjualbelikan bukanlah barang yang terlarang baik oleh hukum agama seperti halnya barang atau benda najis dan haram semisalnya narkoba dan ataupun barang oleh hukum negara seperti halnya barang curian, korupsi, pencucian uang maka diperbolehkan.

Sehubungan dengan pola transaksi *e-commerce* ini, ada sebuah pola transaksi dalam khazanah islam klasik yang secara substansi tidak berbeda dengan *e-commerce* yaitu ba'i salam. Pada pola transaksi as-salam terdapat tiga unsur utama yang tidak boleh ditinggalkan yaitu adanya sighth transaksi, pelaku transaksi dan objek trnsaksi. Dalam *e-commerce* adanya sighth ijab qabul diwujudkan melalui media media chatting, e-mail ataupun melalui media website. Perihal pelaku transakasi pada *e-commerce* tidak hanya melibatkan dua belah pihak tetapi juga melibatkan pihak ketiga guna menjamin keamanan dan kenyamanan dalam bertransaksi. serta adanya objek transaksi adalah barang yang

diperjualbelikan pada *e-commerce* itu sendiri (Ihwanuudin, et.al.,2022)

Menurut Mustofa, (2012) akad dalam transaksi *e-commerce* yaitu menggunakan akad yang tertulis, jual beli dapat menggunakan transaksi secara lisan dan tertulis . transaksi yang menggunakan tulisan merupakan transaksi kinayah yang keabsahannya sama dengan transaksi lisan, selama tujuan masing-masing pihak terpenuhi. Al- syatiry menjelaskan bahwa akad atau transaksi dengan menggunakan teknologi, seperti telepon dan sejenisnya adalah sah. Adapaun akad yang digunakan dalam *e-commerce* yaitu akad salam. Ulama Syafi'iyah dan Hanabilah mendefinisikan bahwa as-salam sebagai akad yang disepakati dengan cara tertentu yang membayar terlebih dahulu, sedangkan barangnya diserahkan kemudian hari (Fadhli, 2016).

2.2.4 Indikator *E-commerce* Dalam Prespektif Ekonomi Islam

Indikator-indikator kepribadian dalam prespektif ekonomi islam dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Memberikan kemudahan

Terdapat banyak kemudahan yang dapat di dapat padat saat menggunakan *e-commerce* seperti jangkauan pasar yang lebih luas, waktu yang fleksibel, mengurangi biaya operasional dapat dengan mudah mendapatkan barang yang diinginkan dll.

2. Bertanggung jawab

Kesediaan pelaku bisnis untuk bertanggung jawab dan mempertanggung jawabkan tindakannya seperti pelayanan yang optimal, keterbukaan dan kejujuran.

3. Mengutamakan kejujuran

Kejujuran pelaku bisnis untuk tidak mengambil keuntungan hanya untuk dirinya sendiri dengan cara menyuap, menimbun barang, berbuat curang dan menipu tidak memanipulasi barang dari segi kualitas dan kuantitasnya

2.3 Kepribadian

2.3.1 Pengertian Kepribadian

Menurut Kartono, (2019) kepribadian adalah keseluruhan kombinasi yang menggambarkan karakteristik watak yang menyebabkan manusia secara alamiah bersifat unik. Menurut Batilmurik, (2021) kepribadian adalah sifat-sifat atau karakteristik-karakteristik yang relatif stabil tetapi dapat diubah dalam waktu yang relatif lama yang membedakan individu satu dengan yang lainnya. Seseorang dapat dikatakan dapat memiliki minat berwirausaha dapat dilihat dari berbagai aspek kepribadian seperti karakteristik, watak, sikap dan perilaku seseorang. Kepribadian mengacu pada struktur dan kecenderungan di dalam diri orang yang menjelaskan pola pikir, emosi, dan perilaku mereka yang khas.

Kepribadian adalah keseluruhan cara dimana seorang individu bereaksi dan berinteraksi dengan individu lain (Suryani, 2022). Kepribadian merupakan karakter yang dimiliki oleh seseorang dan setiap kepribadian setiap individu itu berbeda-beda.

Sedangkan menurut Alwisol, (2018) kepribadian adalah keseluruhan karakteristik seseorang atau sifat umum banyak orang yang mengakibatkan pola menetap dalam merespon situasi. Adapun menurut Nurjanah, (2021) kepribadian adalah keseluruhan karakteristik dalam diri seseorang yang dipengaruhi oleh lingkungan sekitar dimana ia berada. Karakteristik tersebut dapat berupa pikiran, perasaan, watak, dan sikap. Selain itu menurut Sari, (2018) kepribadian adalah karakter yang dimiliki oleh seseorang yang terbentuk dari lingkungan dan bersifat unik. Kepribadian adalah susunan unsur-unsur akal dan jiwa yang menentukan perbedaan tingkah laku atau tindakan dari tiap-tiap individu. Kepribadian juga berarti ciri-ciri watak seorang individu yang konsisten yang memberikan kepadanya suatu identitas sebagai individu yang khusus (Effendi, 2016).

Kepribadian merupakan ciri khas yang dimiliki setiap individu, meliputi kualitas psikis yang khas pada seseorang sehingga membuat seseorang tersebut unik. Dengan kepribadian yang dimiliki oleh seseorang dia dapat memikat orang lain, orang yang menjadi simpati padanya, orang yang tertarik pembicaraannya, orang terkesima padanya sehingga

dengan kepribadian tersebut dapat berpeluang besar untuk berhasil dalam menjalani usahanya (Veryani, et al., 2022). Adapun menurut Kartono, (2019) kepribadian adalah kombinasi dari sejumlah karakteristik baik fisik dan mental, yang dapat merefleksikan bagaimana manusia memandang, bereaksi dan merasakan situasi dan kondisi yang dialami.

2.3.2 Indikator Kepribadian

Menurut Safitri & Rustiana, (2016) indikator kepribadian adalah sebagai berikut:

1. Memiliki rasa tanggung jawab
2. Memiliki risiko moderat
3. Percaya diri
4. Memiliki semangat dan energi yang tinggi
5. Berorientasi pada masa depan
6. Mempunyai kemampuan mengorganisir

Indikator kepribadian yang digunakan dalam penelitian ini adalah indikator menurut Agusmiati & Wahyudin, (2018) yaitu sebagai berikut:

1. Percaya diri dan optimis
2. Berorientasi pada tugas dan hasil
3. Berani mengambil risiko dan menyukai tantangan
4. Keorinalitasan
5. kepemimpinan
6. Berorientasi pada masa depan

2.3.3 Kepribadian Dalam Prespektif Ekonomi Islam

Prilaku manusia yang baik ditunjukkan oleh sifat-sifat dan kehidupannya sehari-hari, manusia sebagai makhluk sosial tidak dapat terlepas dari prilaku serta setiap harinya prilaku manusia dapat berubah-ubah. Kepribadian atau karakter dalam islam lebih dikenal dengan akhlak, kepribadian serta karakteristik seseorang dapat dilihat dari watak, sikap, perasaan, perkataan dan perbuatan yang berdasarkan pada norma-norma agama islam.

Kepribadian dalam islam yang baik merupakan kepribadian yang memiliki ciri khas dari keseleruhan tingkah laku, sikap, dan Hasrat yang baik secara lahiriyah maupun batiniyah yang menjadikan ajaran islam sebagai pedoman dalam berperilaku. Dalam pandangan islam kepribadian adalah sikap, pilihan, keputusan, dan perbuatan yang sesuai dengan nilai-nilai islam. Kepribadian dalam islam merupakan akumulasi dari berbagai karakter dan sifat yang melekat pada diri seseorang yang berwujud pada prilaku sehari-hari yang mengarah pada nilai-nilai islam.

Sebagai umat islam kita memiliki contoh teladan dalam berbisnis yaitu Nabi Muhammad SAW. Beberapa karakter Nabi Muhammad SAW yang dapat dijadikan contoh dalam berbisnis antara lain:

1. Jujur, kejujuran merupakan hal terpenting dalam melakukan transaksi jual beli hal ini berkaitan dengan hadist Nabi yang diriwayatkan oleh Ibnu Majah “ *tidak dibenarkan seorang muslim menjual barang yang mempunyai aib kecuali ia menjelaskan aibnya*”
2. Adil, tidak membeda-bedakan konsumen dalam hal ini seluruh konsumen mengetahui segala informasi mengenai keadaan barang dan kualitasnya.
3. Ramah, keramahan mendekatkan hubungan antara pedagang dan konsumennya sebagaimana sabda Nabi “*Allah merahmati seseorang yang ramah dan toleran dalam berbisnis*” (H.R Al Bukhari)
4. Cakap, seorang pengusaha harus memiliki kemampuan dalam pengetahuan mengenai barang yang akan dijual. Hal ini ditujukan agar konsumen mendapat kepuasan dari informasi yang disampaikan oleh penjual Rasulullah SAW Bersabda “*pekerjaan yang paling baik adalah jual-beli yang menepati syariat dan pekerjaan seseorang dengan tangannya sendiri*” (H.R Ahmad dan At Tabrani)
5. Senang membantu pelanggan, berbisnis dalam islam bukan hanya mencari keuntungan tetapi juga berorientasi pada sikap ta'awun (tolong menolong)
6. Menjaga hak-hak konsumen, dalam menjaga kepercayaan konsumen Rasulullah memberikan

memberikan hak-hak kepada konsumennya seperti hak memilih dan menentukan keputusan

7. Tidak menjelekkkan bisnis orang lain, demi untuk mendapatkan pelanggan ada pihak yang menggunakan cara dengan menjelekkkan pesaing agar konsumen berpindah kepadanya Rasulullah bersabda *“jangan seorang diantara kalian menjual dengan bermaksud untuk mejelekkkan apa yang telah dijual oleh orang lain”*

2.3.4 Indikator Kepribadian Dalam Prespektif Ekonomi Islam

Indikator-indikator kepribadian dalam prespektif ekonomi islam dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Takwa

Ketakwaan adalah bentuk keimanan seorang muslim kepada Allah SWT. Taqwa menjadi aspek superior dalam kegiatan kewirausahaan islam. Ketaqwaan menjadi kunci bagi para muslim dalam meraih kesuksesan di dunia akhirat. Dalam melaksanakan kegiatan wirausaha seluruh aspek dalam wirausahaan tersebut perlu berlandaskan taqwa kegiatan tersebut mendatangkan keberhasilan baik di dunia maupun akhirat.

2. Mengutamakan kejujuran

Jujur berarti adanya konsistensi antara kepercayaan, sikap, ungkapan dan perilaku. Kejujuran pelaku bisnis untuk tidak mengambil keuntungan hanya untuk dirinya sendiri dengan cara menyuap, menimbun barang, berbuat curang dan menipu, tidak memanipulasi barang barang dari segi kualitas dan kuantitasnya.

3. Memprioritaskan konsep halal

Dalam ekonomi islam segala sesuatu yang dilakukan harus halal dan baik dari prespektif nilai dan moralitas islam. Meninggalkan yang haram adalah mutlak kewajiban dan sebaliknya melaksanakan yang halal adalah mutlak kewajibannya. Haram dalam hal ini dapat terkait dengan zat ataupun prosesnya. dalam zat nya islam melarang mengkonsumsi, memproduksi, mendistribusikan seperti halnya transaksi alkohol dll. Sedangkan dalam prosesnya dilarang melakukan riba, transaksi yang mengandung unsur ke zholim.

2.4 Ekspektasi Pendapatan

2.4.1 Pengetian Ekspektasi Pendapatan

Pendapatan adalah seluruh penerimaan baik berupa uang maupun barang baik dari pihak lain maupun dari hasil sendiri (Ridwan, 2021). Sedangkkn menurut Septiani, (2016)

pendapatan adalah penghasilan yang diperoleh oleh individu baik dalam bentuk uang maupun barang. Menjadi seorang wirausaha akan dapat menghasilkan pendapatan yang dapat memenuhi kebutuhan sehingga keinginan untuk mendapatkan pendapatan dapat menimbulkan keinginan seseorang untuk menjadi wirausaha. Besar kecilnya penghasilan yang diterima dari berwirausaha tergantung dari usaha yang dilakukan.

Ekspektasi atau harapan atas penghasilan yang lebih baik merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keinginan seseorang untuk menjadi wirausaha. Menurut Kardiana & Melati, (2019) ekspektasi pendapatan merupakan suatu harapan untuk memperoleh penghasilan yang lebih tinggi sehingga dengan adanya ekspektasi pendapatan yang tinggi maka minat berwirausaha akan semakin meningkat. Sedangkan menurut Setiawan & Sukanti, (2016) ekspektasi pendapatan adalah harapan seseorang akan pendapatan yang diperolehnya dari kegiatan usaha ataupun bekerja. Dengan menjadi wirausahaan seseorang mengharapkan pendapatan yang tinggi dari pada menjadi karyawan di perusahaan.

Ekspektasi pendapatan merupakan harapan seseorang mengenai pendapatan yang akan di terima dalam suatu pekerjaan. Salah satu faktor yang mempengaruhi keinginan seseorang untuk berwirausaha yaitu ekspektasi atau harapan. Jika seseorang berharap mendapatkan penghasilan yang tinggi melalui wirausaha, maka semakin tinggi keinginan untuk

menjadi wirausaha. ketika menjadi wirausahaan seseorang mendapatkan posisi sebagai manajer yang mempunyai pendapatan yang lebih tinggi. Dalam memilih karir sebagai seorang wirausaha ekspektasi pendapatan merupakan suatu hal yang penting dalam pertimbangan seseorang. Dalam memilih pekerjaan seseorang akan mempertimbangkan gaji atau pendapatan yang akan diperoleh pada saat bekerja untuk dapat memenuhi kebutuhannya.

2.4.2 Indikator Ekspektasi Pendapatan

Indikator ekspektasi pendapatan menurut Jumiati, Reza, & Sutrisno, (2022) sebagai berikut:

1. Penghasilan sendiri
2. Pendapatan yang tinggi
3. Pendapatan tidak terbatas
4. Membantu ekonomi keluarga

Indikator ekspektasi pendapatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah indikator menurut Kardiana & Melati, (2019) yang terdapat dua indikator sebagai berikut:

1. Pendapatan yang tinggi
2. Pendapatan tidak terbatas

2.4.3 Ekspektasi Pendapatan Dalam Prespektif Ekonomi Islam

Ekspektasi pendapatan merupakan harapan seseorang

terhadap pendapatan dari hasil pekerjaannya. Semakin tinggi ekspektasi pendapatan yang diharapkan maka semakin tinggi pula keinginan seseorang dalam berwirausaha. dengan adanya harapan pendapatan yang tinggi dapat mendorong seseorang untuk berwirausaha. seseorang yang bekerja untuk dirinya sendiri cenderung memiliki peluang yang lebih besar untuk mendapatkan penghasilan yang tinggi daripada seseorang yang bekerja untuk orang lain.

Islam tidak menolak kehidupan dan kebutuhan materialistis, tetapi menjadikan materi itu segalanya yang tidak bisa diterima. Dalam islam kita diperintahkan untuk mencari rezki dan berusaha namun dalam mencari rizki harus didapatkan dengan cara yang halal. Serta dalam usaha untuk mencapai pendapatan yang halal tersebut tidak mengurangi usaha kita untuk memenuhi kewajiban utama dalam agama.

Dalam islam tidak melarang seseorang untuk menjadi kaya dan dalam memperoleh kekayaan islam tidak membatasi bentuk dan jenis usaha yang dilakukan, islam tidak membatasi kadar banyak yang telah diperoleh dengan usaha seseorang kembali lagi kepada kemampuan seseorang tersebut. Namun usaha yang dilakukan tersebut secara adil dan legal yaitu sah menurut hukum dan benar menurut standar moral. Kekayaan dalam islam adalah amanah manusia hanya memiliki hak untuk memanfaatkannya.

Dalam pandangan islam pendapatan adalah penghasilan dari usaha yang jelas dan halal. Kekayaan dari kegiatan pencurian, korupsi bahkan transaksi illegal telah menyebabkan bencana di dunia bahkan hukuman akhirat. Padahal harta halal membawa berkah dunia dan membawa keamanan akhirat. Sebagaimana firman Allah SWT dalam surat An Nahl ayat 114 yang artinya “ *maka makanlah yang halal lagi baik rezki yang telah diberikan Allah kepadamu dan syukurilah nikmat Allah jika kamu hanya kepadanya saja menyembah*” oleh karena itu harus dipahami bahwa kegiatan ekonomi harus didasarkan pada legalitas halal dan haram. Dari produktifitas kerja, hak berpikir, konsumsi, transaksi dll. bisnis islami adalah serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah kepemilikannya (barang/jasa) termasuk profitnya, namun dibatasi dalam cara memperolehnya dan pendayagunaan hartanya karena aturan halal dan haramnya.

2.4.4 Indikator Ekspektasi Pendapatan Dalam Prespektif Ekonomi Islam

Indikator ekspektasi pendapatan dalam prespektif ekonomi islam dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pendapatan halal

Dalam memperoleh pendapatan maka harus mengutamakan kehalalannya baik halalnya zatnya maupun prosesnya. Harta yang diperoleh dengan cara

yang baik dan halal akan mendapatkan akan mendatangkan keberkahan pada harta tersebut sehingga pemanfaatan harta dapat lebih maksimal bagi dirinya maupun bagi orang lain.

2. Dapat memenuhi kebutuhan

Kebutuhan adalah suatu keinginan manusia untuk memperoleh barang dan jasa. Kebutuhan juga dapat dikatakan sesuatu yang diperlukan oleh manusia dalam bentuk barang dan jasa untuk menyejahterakan hidupnya. Kebutuhan setiap manusia sangat beragam dan tidak terbatas jumlahnya oleh karena itu sudah menjadi kodratnya manusia akan selalu merasa kekurangan tidak akan merasa puas. Setelah kebutuhan terpenuhi akan muncul keinginan lain dalam dirinya.

Dalam pandangan islam pemenuhan keinginan akan menambah kepuasan atau manfaat psikis di samping manfaat lainnya. Jika suatu kebutuhan diinginkan seseorang maka pemenuhan kebutuhan tersebut akan melahirkan *masalah* sekaligus kepuasan. akan tetapi jika pemenuhan kebutuhan tidak dilandasi keinginan maka hanya akan memberikan manfaat saja. Dalam hal ini islam tidak mendorong kepada manusia untuk mengikuti keinginannya, tetapi mendorong untuk menahan dan mengendalikan keinginan tersebut (Ghofur,2020).

2.5 Penelitian Terkait

Penelitian yang dilakukan oleh Rahayu, (2022) Analisis Pengaruh *E-commerce* Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa dalam prespektif Ekonomi Islam (Studi Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah UIN Intan Lampung Angkatan 2018). Penelitian ini menggunakan 74 responden dengan menggunakan rumus Slovin. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variable *e-commerce* (x) berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha (y).

Penelitian yang dilakukan oleh Gultom, (2021) Pengaruh *E-commerce*, Pengetahuan Kewirausahaan dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Program S1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Riau Pekanbaru). Penelitian ini menggunakan 100 responden dengan menyebarkan kuesioner. Adapun metode yang digunakan adalah *purposive sampling*. Hasil penelitian ini adalah secara simultan *e-commerce*, pengetahuan kewirausahaan dan lingkungan keluarga berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha. Secara persial *e-commerce* dan lingkungan keluarga tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha sedangkan pengetahuan kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha.

Penelitian dilakukan oleh Hamdani, (2020) Pengaruh Lingkungan Keluarga, Pengetahuan Kewirausahaan, Ekspektasi

Pendapatan dan *E-commerce* Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Akuntansi (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta). Penelitian ini menggunakan 187 responden dengan menyebarkan kuesioner. Adapun metode yang digunakan yaitu *convenience sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Lingkungan Keluarga, Pengetahuan Kewirausahaan, Ekspetasi Pendapatan dan *E-commerce* berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha.

Penelitian dilakukan oleh Syaifudin, (2016) Pengaruh Kepribadian, Lingkungan Keluarga Dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Negeri Yogyakarta. Menggunakan teknik *proportional random sampling* dengan menyebarkan kuisisioner kepada 139 mahasiswa. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan kepribadian, lingkungan keluarga, Pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa program studi akuntansi universitas negeri Yogyakarta.

Penelitian dilakukan oleh Putri, (2019) Pengaruh Ekspetasi Pendapatan dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus Mahasiswa Ekonomi Syariah Angkatan 2015 Institusi Agama Islam Negeri Metro). Penelitian ini menggunakan kuesioner

yang disebarikan kepada 61 responden. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa ekspektasi pendapatan dan lingkungan keluarga berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha

Penelitian M.Trihudiyatmanto, (2019) Membangun Minat Kewirausahaan Mahasiswa Dengan Pengaruh Faktor *E-commerce*, Pengetahuan Kewirausahaan Dan Gender. Menggunakan metode *purposive sampling* dengan menyebarkan kuesioner kepada 142 responden. Hasil dari penelitian ini membuktikan *e-commerce* mempunyai pengaruh positif terhadap minat mahasiswa berwirausaha, pengetahuan kewirausahaan mempunyai pengaruh positif terhadap minat mahasiswa berwirausaha, gender tidak mempunyai pengaruh terhadap minat mahasiswa berwirausaha.

Penelitian Sapitri & Fatimah, (2020) Pengaruh *E-commerce* dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Pedagang Online Di Kota Makassar Dalam Prespektif Islam. Penelitian ini menggunakan kuesioner yang disebarikan kepada 95 responden dengan menggunakan Teknik *non probability sampling dan purpose sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial: (1) *e-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ maka H_1 diterima dan H_0 ditolak (2) Pengetahuan kewirausahaan dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ maka H_2 diterima dan H_0 ditolak (3) *e-commerce* dan pengetahuan kewirausahaan

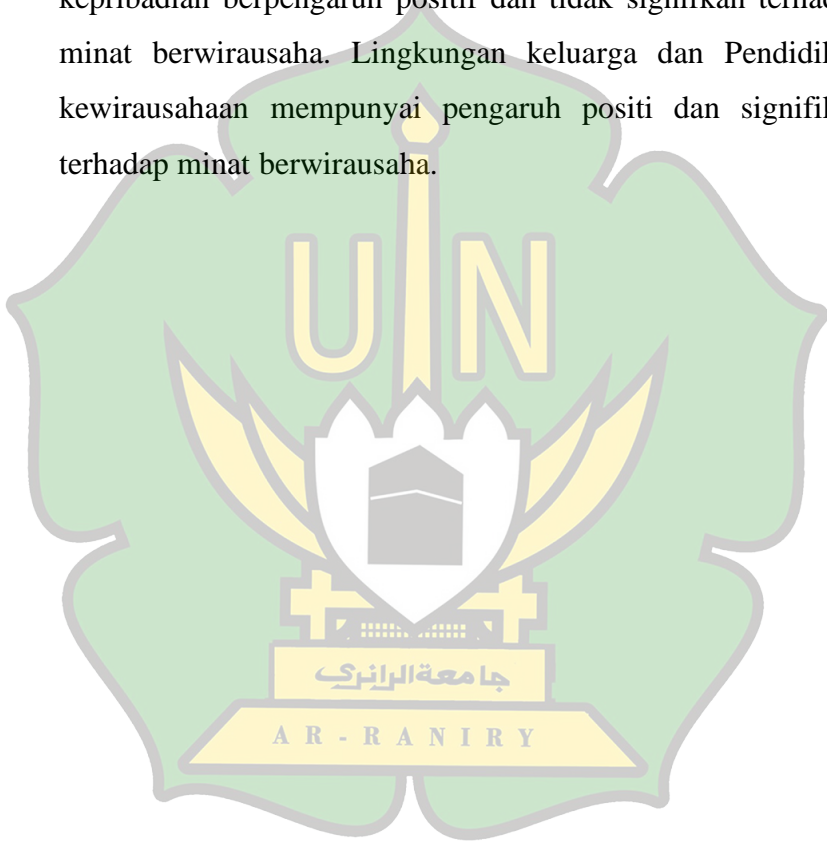
secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ maka H_3 diterima dan H_0 ditolak.

Penelitian Ronabliya, Kencana, & Puspaningtyas, (2021) Pengaruh *E-commerce* Terhadap Minat Berwirausaha Generasi Milenial (Studi Kasus Pada Mahasiswa S1-Akuntansi 2018 Universitas Negeri Malang). Penelitian ini menggunakan 64 responden dengan menyebarkan kuesioner. Adapun metode yang digunakan yaitu regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya *e-commerce* berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan untuk berwirausaha pada generasi milenial

Penelitian Setiawan, (2016) Pengaruh Ekspektasi Pendapatan, Lingkungan Keluarga dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha mahasiswa. Penelitian ini menggunakan sebanyak 30 mahasiswa dengan menyebarkan kuesioner. Hasil penelitian ini bahwa ekspektasi pendapatan berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha, lingkungan keluarga berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha dan Pendidikan kewirausahaan berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha.

Penelitian Parista, (2022) Pengaruh Kepribadian, Lingkungan Keluarga Dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Dalam Prespektif Manajemen Bisnis Islam (Studi

Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN RIL angkatan 2017). Teknik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *propotional sampling* dengan menyebar kuisisioner kepada 87 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepribadian berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat berwirausaha. Lingkungan keluarga dan Pendidikan kewirausahaan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha.



Tabel 2.1 Penelitian Terkait

No	Penelitian atau judul	Metode	Hasil penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Endang Rahayu (2022) Analisis Pengaruh <i>E-commerce</i> Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa dalam perspektif Ekonomi Islam (Studi Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah UIN Intan Lampung Angkatan 2018)	Kuantitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel <i>e-commerce</i> (x) berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha (y).	Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah variabel independen terkait dengan <i>e-commerce</i> dan menggunakan metode pengumpulan data yang sama.	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah objek pelaksanaan penelitian berbeda
2	Elida Gultom (2021) Pengaruh <i>E-commerce</i> , Pengetahuan Kewirausahaan dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Program S1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Riau Pekanbaru).	Kuantitatif	Hasil penelitian ini adalah secara simultan <i>e-commerce</i> , pengetahuan kewirausahaan dan lingkungan keluarga tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha sedangkan pengetahuan kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha.	Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah variabel independen terkait dengan <i>e-commerce</i> dan menggunakan metode pengumpulan data yang sama.	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah objek pelaksanaan penelitian berbeda

Tabel 2.1 Lanjutan

<p>3</p>	<p>Amid Hamdani (2020) Pengaruh Lingkungan Keluarga, Pengetahuan Kewirausahaan, Ekspetasi Pendapatan dan <i>E-commerce</i> Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Akuntansi (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta)</p>	<p>Kuantitatif</p>	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Lingkungan Keluarga, Pengetahuan Kewirausahaan, Ekspetasi Pendapatan dan <i>E-commerce</i> berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha.</p>	<p>Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah variabel independen terkait dengan <i>e-commerce</i> dan ekspetasi pendapatan serta menggunakan metode pengumpulan data yang sama.</p>	<p>Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah objek pelaksanaan penelitian berbeda</p>
<p>4</p>	<p>Julia Purnama Putri (2019) Pengaruh Ekspetasi Pendapatan dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus Mahasiswa Ekonomi Syariah Angkatan 2015 Institusi Agama Islam Negeri Metro)</p>	<p>Kuantitatif</p>	<p>Hasil penelitian ini menunjukan bahwa ekspetasi pendapatan dan lingkungan keluarga berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha</p>	<p>Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah variabel independen terkait dengan ekspetasi pendapatan dan menggunakan metode pengumpulan data yang sama.</p>	<p>Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah objek pelaksanaan penelitian berbeda</p>

Tabel 2.1 Lanjutan

5	<p>Novita Sari (2018) Analisis Pengaruh Kepribadian, Lingkungan Keluarga Dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha: Studi Kasus Pada Mahasiswa Siswa/Siswi Purnama 1 Jambi</p>	Kuantitatif	<p>Hasil dari penelitian ini membuktikan secara simultan kepribadian, lingkungan keluarga, dan pendidikan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha.</p>	<p>Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah variabel independen kepribadian dan menggunakan metode pengumpulan data yang sama.</p>	<p>Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah objek pelaksanaan penelitian berbeda</p>
6	<p>Niluh Anik Sapitri dan Emi Sri Rahayu Fatimah (2020) Pengaruh <i>E-commerce</i> dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Pedagang Online Di Kota Makassar Dalam Perspektif Islam.</p>	Kuantitatif	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial: <i>e-commerce</i> dan pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha serta <i>e-commerce</i> dan pengetahuan kewirausahaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha.</p>	<p>Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah variabel independen terkait dengan <i>e-commerce</i> dan menggunakan metode pengumpulan data yang sama.</p>	<p>Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah objek pelaksanaan penelitian berbeda</p>

Tabel 2.1 Lanjutan

7	<p>Acmad Syaifudin (2016) Pengaruh Kepribadian, Lingkungan Keluarga dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Negeri Yogyakarta</p>	Kuantitatif	<p>Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan kepribadian, lingkungan keluarga, Pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa program studi akuntansi universitas negeri Yogyakarta.</p>	<p>Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah variabel independen terkait dengan kepribadian dan menggunakan metode pengumpulan data yang sama.</p>	<p>Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah objek pelaksanaan penelitian berbeda</p>
8.	<p>Rifqi Nabil Ronabliya, Rafli Ernwa Azhar Kencana dan Miranti Puspaningtyas (2021) Pengaruh <i>E-commerce</i> Terhadap Minat Berwirausaha Generasi Milenial (Studi Kasus Pada Mahasiswa S1-Akuntansi 2018 Universitas Negeri Malang).</p>	Kuantitatif	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya <i>e-commerce</i> berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan untuk berwirausaha pada generasi milenial</p>	<p>Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah variabel independen terkait dengan <i>e-commerce</i> dan menggunakan metode pengumpulan data yang sama.</p>	<p>Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah objek pelaksanaan penelitian berbeda</p>

Tabel 2.1 Lanjutan

9.	Deden Setiawan (2016) Pengaruh Pengaruh Ekspetasi Pendapatan, Lingkungan Keluarga dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha mahasiswa.	Kuantitatif	Hasil penelitian ini bahwa ekspektasi pendapatan berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha, lingkungan keluarga berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha	Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah variabel independen terkait dengan ekspektasi pendapatan, dan metode pengumpulan data yang sama.	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah objek pelaksanaan penelitian berbeda
10.	Regi Parista (2022) Pengaruh Kepribadian, Lingkungan Keluarga Dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Dalam Prespektif Manajemen Bisnis Islam	Kuantitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepribadian berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat berwirausaha. Lingkungan keluarga dan Pendidikan kewirausahaan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha	Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah variabel independen terkait dengan kepribadian dan menggunakan metode pengumpulan data yang sama.	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah objek pelaksanaan penelitian berbeda

2.6 Keterkaitan Antar Variabel

2.6.1 Pengaruh *E-commerce* Terhadap Minat

Berwirausaha Mahasiswa Dalam Ekonomi Islam

E-commerce didefinisikan sebagai proses bisnis dengan menggunakan teknologi elektronik yang menghubungkan

perusahaan, konsumen dan masyarakat dalam bentuk transaksi

elektronik dan pertukaran/penjualan barang, jasa dan informasi secara elektronik (Aldrin & Alam, 2020). Adapun konsep dari *e-commerce* ini penjual dan pembeli tidak harus bertemu langsung dalam bertransaksi. penggunaan *e-commerce* yang semakin tinggi akan meningkatkan minat berwirausaha. Islam menjelaskan bahwa transaksi apapun dan bagaimanapun kreasinya, selama tidak mengandung hal-hal yang menyebabkan terjadinya kerugian pada salah satu pihak bertransaksi dan barang yang diperjualbelikan bukanlah barang yang terlarang baik oleh hukum agama seperti halnya barang atau benda najis dan haram semisalnya narkoba dan ataupun barang oleh hukum negara seperti halnya barang curian, korupsi, pencucian uang maka diperbolehkan.

Sebagaimana hasil penelitian yang dilakukan oleh Rahayu, (2022) menunjukkan bahwa variable *e-commerce* berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha. Sejalan dengan penelitian Sapitri & Fatimah, (2020) menyatakan bahwa *e-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. hal ini menunjukkan semakin tinggi penggunaan *e-commerce* maka semakin tinggi pula minat dalam berwirausaha. Namun hasil penelitian yang dilakukan oleh Gultom, (2021) menunjukkan bahwa secara parsial *e-commerce* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha karena terdapat variabel lain yaitu

pengetahuan kewirausahaan yang secara parsial mempengaruhi minat berwirausaha. Terdapat perbedaan hasil dari penelitian tersebut sehingga pengaruh *e-commerce* terhadap minat berwirausaha menjadi menarik untuk dilakukan penelitian lebih lanjut.

2.6.2 Pengaruh Kepribadian Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Dalam Ekonomi Islam

Minat seseorang dalam berwirausaha dapat dilihat dari berbagai aspek seperti watak, sikap, dan perilaku seseorang. Menurut Sari, (2018) kepribadian adalah karakter yang dimiliki oleh seseorang yang terbentuk dari lingkungan dan bersifat unik. Kepribadian seseorang dapat mempengaruhi minat seseorang dalam berwirausaha. Sebagai umat islam kita memiliki contoh teladan dalam berbisnis yaitu Nabi Muhammad SAW. Beberapa karakter Nabi Muhammad SAW yang dapat dijadikan contoh dalam berbisnis antara lain shidiq, amanah, fahtnah, tablighat dan istiqomah,

Hasil penelitian Idriyani & Margunani, (2018) menyatakan bahwa kepribadian berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Penelitian Safitri & Rustiana, (2016) juga menyatakan bahwa kepribadian berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha secara simultan dan parsial. Dimana semakin tinggi kepribadian mahasiswa terhadap minat berwirausaha maka akan berdampak pada peningkatan minat

berwirausaha. Begitu juga sebaliknya jika kepribadian mahasiswa menurun maka akan berdampak pada menurunnya minat berwirausaha seseorang. Namun berbeda dengan penelitian Parista, (2022) menyatakan bahwa kepribadian berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat berwirausaha hal ini membuktikan bahwa kepribadian tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat berwirausaha karena terdapat variabel lain yang mempengaruhinya secara signifikan. Maka dari itu akan diteliti lebih lanjut mengenai pengaruh ekspektasi pendapatan terhadap minat berwirausaha.

2.6.3 Pengaruh Ekspektasi Pendapatan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Dalam Ekonomi Islam

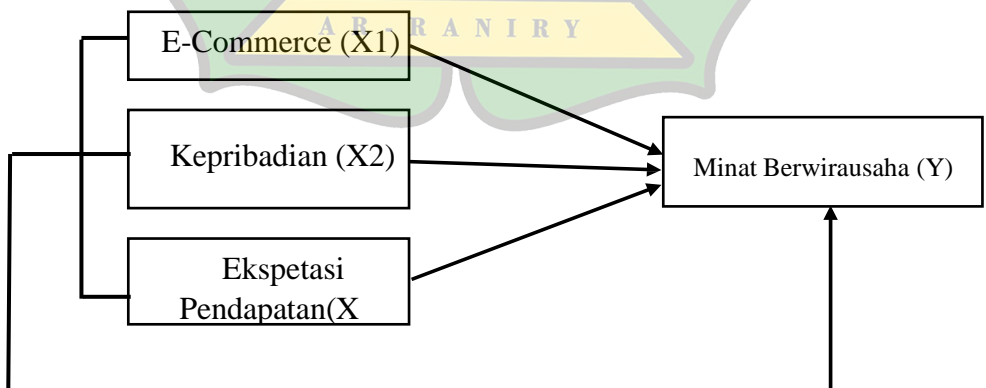
Ekspektasi pendapatan merupakan suatu harapan untuk memperoleh penghasilan yang lebih tinggi sehingga dengan adanya ekspektasi pendapatan yang tinggi maka minat berwirausaha akan semakin meningkat (Kardiana & Melati, 2019). Dalam pandangan islam pendapatan adalah penghasilan dari usaha yang jelas dan halal. Penghasilan halal dapat mendatangkan keberkahan yang diberikan oleh Allah Swt. Kekayaan dari kegiatan pencurian, korupsi bahkan transaksi ilegal telah menyebabkan bencana di dunia bahkan hukuman akhirat. Padahal harta halal membawa berkah dunia dan membawa keamanan akhirat

Sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh Noor &

Anwar, (2022) menyatakan bahwa variabel ekspektasi pendapatan berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Pada penelitian Putri, (2019) juga menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif ekspektasi pendapatan terhadap minat berwirausaha. hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi ekspektasi pendapatan mahasiswa melalui wirausaha, maka semakin tinggi minat mahasiswa untuk menjadi wirausaha. Namun penelitian yang dilakukan oleh Saputri, (2019) menyatakan bahwa variabel ekspektasi pendapatan tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha karena terdapat variabel lain yang mempengaruhinya. Maka dari itu akan diteliti lebih lanjut mengenai pengaruh ekspektasi pendapatan terhadap minat berwirausaha.

Adapun skema keterkaitan antar variable dapat dilihat pada gambar 2.1 di bawah ini

Gambar 2.1
Skema Pengaruh Antar Variabel



Berdasarkan Skema Gambar 2.1 dapat diketahui bahwa yang menjadi variabel dalam penelitian ini adalah pengaruh *e-commerce* terhadap minat berwirausaha mahasiswa dalam ekonomi islam. Maka dalam penelitian ini terdapat dua variable yang dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Variable independen (bebas) merupakan variabel yang mempengaruhi variable yang terikat. Adapun variabel bebas dalam penelitian ini adalah *e-commerce*, kepribadian, dan ekspektasi pendapatan (X).
2. Variabel dependen (terikat) merupakan variable yang dipengaruhi oleh variable bebas. Adapun yang menjadi variable dalam terikat pada penelitian ini adalah minat berwirausaha mahasiswa dalam ekonomi islam (Y).

2.7 Hipotesis Penelitian

Hipotesis diartikan sebagai jawaban sementara karena kebenarannya masih perlu di uji dan tes kebenarannya dengan data lapangan. Berdasarkan kerangka pemikiran teoritis yang di ajukan sebagai dugaan awal adalah sebagai berikut:

H_{a1} : *E-commerce* berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa dalam ekonomi islam.

H_{o1} : *E-commerce* tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa dalam ekonomi islam.

H_{a2} : Kepribadian berpengaruh terhadap

minat berwirausaha mahasiswa
dalam ekonomi islam.

H_{o2}: Kepribadian tidak berpengaruh terhadap
minat berwirausaha mahasiswa dalam ekonomi
islam.

H_{a3}: Ekspektasi Pendapatan berpengaruh terhadap
minat berwirausaha mahasiswa dalam ekonomi
islam.

H_{o3}: Ekspektasi Pendapatan tidak berpengaruh
terhadap minat berwirausaha mahasiswa dalam
ekonomi islam.

H_{a4}: *E-commerce*, kepribadian dan Ekspektasi
Pendapatan secara simultan berpengaruh
terhadap minat berwirausaha mahasiswa dalam
ekonomi islam.

H_{o4}: *E-commerce*, Kepribadian, dan Ekspektasi
Pendapatan secara simultan tidak berpengaruh
terhadap minat berwirausaha mahasiswa dalam
ekonomi islam.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang banyak menuntut penggunaan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan dari hasilnya. Metode penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikannya adalah sistematis, terencana, dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya (Siyoto & Sodik, 2015). Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian *survei*. Penelitian *survei* adalah penelitian yang menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data (Djaali, 2020). Dalam hal ini kuesioner yang akan di sebarakan dalam bentuk pertanyaan. Penelitian ini membahas tentang bagaimana pengaruh *e-commerce*, pengetahuan kewirausahaan dan ekspektasi pendapatan terhadap minat berwirausaha mahasiswa.

3.2 Jenis Data Dan Teknik Perolehan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Jenis data dapat terbagi menjadi data primer dan data sekunder. Data primer adalah

data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti langsung dari sumber datanya. Adapun data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan peneliti dari berbagai sumber yang telah ada (Siyoto & Sodik, 2015). Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari jurnal dan penelitian sebelumnya. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari tanggapan responden yaitu dengan cara membagikan kuesioner kepada mahasiswa/I Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah keseluruhan objek penelitian yang memiliki ciri dan karakter tertentu yang ditentukan oleh peneliti sebagai sumber data dan kemudian mengambil kesimpulan berdasarkan data yang dikumpulkan (Lubis, 2021). Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek dan subjek yang memiliki kualitas dan karakteristi tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari lalu ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2016). Adapun populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada angkatan 2019 dan 2020 yang terdiri dari tiga prodi yaitu Ekonomi Syariah, Perbankan Syariah, dan Ilmu Ekonomi.

Tabel 3.1
Populasi Penelitian Angkatan 2019 dan 2020

Prodi	Jumlah Mahasiswa
Perbankan Syariah	452
Ekonomi Syariah	404
Ilmu Ekonomi	205
Total	1.061

Sumber: Siakad UIN Ar-Raniry (2023)

Berdasarkan Tabel 3. Maka jumlah populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 1.061 Mahasiswa.

3.3.2 Sampel

Menurut Sudarmanto, et al., (2021) sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan *purvose sampling* dikarenakan populasi yang di pakai menggunakan kriteria tertentu. teknik *purvose sampling* yaitu pengambilan sampel dengan menggunakan beberapa pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria tertentu untuk menentukan jumlah sampel yang akan di teliti. Sampel dianggap sebagai perwakilan dari populasi yang hasilnya mewakili keseluruhan gejala yang telah diteliti atau diamati. Adapaun kriteria sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Mahasiswa aktif FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh
2. Mahasiswa Angkatan 2019 dan 2020

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan rumus slovin. Rumus slovin digunakan untuk menentukan ukuran sampel dari populasi yang telah diketahui jumlahnya yaitu sebanyak 1.061 mahasiswa.

Rumus Slovin:

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Batas toleransi kesalahan (*error tolerance*)

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

Dalam penelitian ini, peneliti mengambil toleransi kesalahan sebesar 10% (0,1), sehingga pengambilan sampel dengan rumus slovin adalah sebagai berikut:

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

$$n = \frac{1.061}{1 + 1.061(0,1)^2}$$

$$n = 91,38$$

Berdasarkan rumus tersebut dengan tingkat kesalahan 10% maka diperoleh sampel penelitian sebanyak 91,38 dan dibulatkan menjadi 91 sampel.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dari penelitian ini yaitu menggunakan kuesioner. Jenis kuesioner yang digunakan yaitu kuesioner tertutup dimana dalam kuesioner penelitian ini terdapat beberapa pertanyaan yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan peneliti, dimana nantinya responden akan diminta untuk memilih jawaban yang terdapat dalam kuesioner tersebut.

3.5 Skala Pengukuran

Skala pengukuran adalah penentuan atau penetapan skala atas suatu variabel berdasarkan jenis data yang melekat pada variabel penelitian (Sugiyono, 2014). Adapun skala dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Terdapat lima poin skala likert yang akan digunakan. Skala likert merupakan skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang kejadian atau gejala seseorang (Janti, 2014). Adapun skala dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Table 3.2 Skala likert

Jawaban	Keterangan	Skor
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
RR	Ragu-Ragu	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Data diolah (2022)

3.6 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Menurut Indra & Cahyaningrum, (2019) variabel penelitian adalah satu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel independent (bebas) dan dependen (terikat). Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi timbulnya variabel dependen, sedangkan variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi sehingga menjadi akibat karena terdapat variabel bebas (Sugiyono, 2016).

3.6.1 Minat Berwirausaha sebagai Y

Variabel dependen yaitu variabel yang menjadi penyebab munculnya variabel bebas (Sugiyono, 2016). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah minat

berwirausaha mahasiswa dalam ekonomi islam. Menurut Andayanti & Harie, (2020) ketertarikan seseorang untuk menciptakan suatu usaha dengan melihat peluang yang ada di sekitar dan berani mengambil risiko yang kemungkinan terjadi dalam menjalankan usaha.

3.6.2 *E-commerce* sebagai X_1

Menurut Akbar & Alam, (2020) *e-commerce* dapat didefinisikan sebagai proses bisnis dengan menggunakan teknologi elektronik yang menghubungkan perusahaan, konsumen dan masyarakat dalam bentuk transaksi elektronik dan pertukaran/penjualan barang, jasa dan informasi secara elektronik. *e-commerce* dapat di artikan suatu transaksi jual beli yang menggunakan media elektronik digital dengan menghubungkan internet yang di dalamnya sudah termasuk pemesanan, pembayaran serta promosi yang dapat dilakukan tanpa batasanwaktu dan tempat.

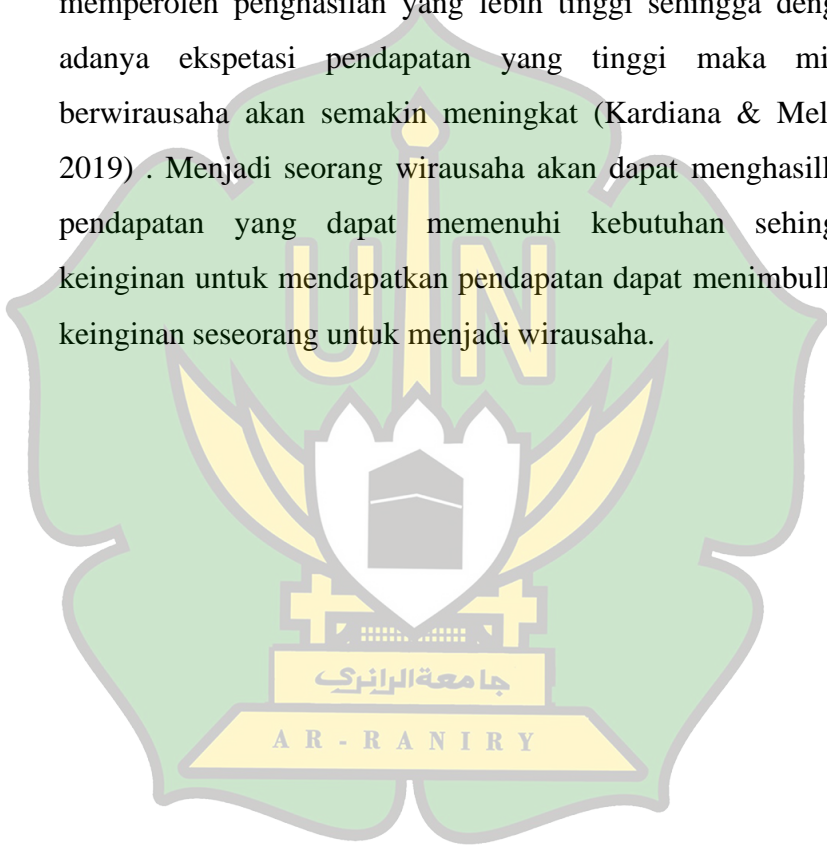
3.6.3 Kepribadian sebagai X_2

Kepribadian adalah susunan unsur-unsur akal dan jiwa yang menentukan perbedaan tingkah laku atau tindakan dari tiap-tiap individu. Kepribadian juga berarti ciri-ciri watak seorang individu yang konsisten yang memberikan kepadanya suatu identitas sebagai individu yang khusus (Effendi, 2016). Kepribadian merupakan ciri khas yang dimiliki setiap

individu, meliputi kualitas psikis yang khas pada seseorang sehingga membuat seseorang tersebut unik.

3.6.4 Ekspektasi Pendapatan sebagai X_3

Ekspektasi pendapatan merupakan suatu harapan untuk memperoleh penghasilan yang lebih tinggi sehingga dengan adanya ekspektasi pendapatan yang tinggi maka minat berwirausaha akan semakin meningkat (Kardiana & Melati, 2019) . Menjadi seorang wirausaha akan dapat menghasilkan pendapatan yang dapat memenuhi kebutuhan sehingga keinginan untuk mendapatkan pendapatan dapat menimbulkan keinginan seseorang untuk menjadi wirausaha.



Tabel 3.3
Ringkasan Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
<i>E-commerce</i> (X1)	<i>E-commerce</i> juga dapat didefinisikan sebagai proses bisnis dengan menggunakan teknologi elektronik yang menghubungkan perusahaan, konsumen dan masyarakat dalam bentuk transaksi elektronik dan pertukaran/penjualan barang, jasa dan informasi secara elektronik (Akbar & Alam, 2020)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Efisiensi biaya pengeluaran 2. Reputasi 3. Kemudahan dalam berbisnis <p>Indikator Dalam Perspektif Ekonomi Islam</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan kemudahan 2. Bertanggung jawab terhadap informasi yang diberikan 3. Mengutamakan kejujuran 	Likert
Kepribadian (X2)	Kepribadian adalah karakter yang dimiliki oleh seseorang yang terbentuk dari lingkungan dan bersifat unik (Sari, 2018)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Percaya diri dan optimis 2. Berorientasi pada tugas dan hasil 3. Berani mengambil risiko dan menyukai tantangan 4. Keorinalinan 5. kepemimpinan 6. Berorientasi pada masa depan. <p>Indikator Dalam Perspektif Ekonomi Islam</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Takwa 2. Mengutamakan kejujuran 3. Memprioritaskan konsep halal 4. Mandiri 	Likert

Tabel 3.3 Lanjutan

<p>Ekspektasi Pendapatan (X3)</p>	<p>Ekspektasi pendapatan merupakan suatu harapan untuk memperoleh penghasilan yang lebih tinggi sehingga dengan adanya ekspektasi pendapatan yang tinggi maka minat berwirausaha akan semakin meningkat (Kardiana & Melati, 2019).</p>	<p>1. Pendapatan yang tinggi 2. Pendapatan tidak terbatas</p> <p>Indikator Dalam Prespektif Ekonomi Islam</p> <p>1. Pendapatan halal 2. Dapat memenuhi kebutuhan</p>	<p>Likert</p>
<p>Minat Berwirausaha (Y)</p>	<p>Minat berwirausaha merupakan ketertarikan seseorang untuk menciptakan suatu usaha dengan melihat peluang yang ada di sekitar dan berani mengambil resiko yang kemungkinan terjadi dalam menjalankan usaha (Andayanti & Harie, 2020)</p>	<p>1. Kemauan keras untuk mencapai tujuan dan kebutuhan hidup 2. Keyakinan kuat atas kekuatan sendiri 3. Sikap jujur dan tanggung jawab 4. Ketahanan fisik, mental, ketekunan, keuletan, bekerja dan berusaha 5. Pemikiran yang kreatif dan konstruktif 6. Berorientasi ke masa depan dan berani mengambil resiko.</p> <p>Indikator Dalam Prespektif Ekonomi Islam</p> <p>1. Percaya diri dengan menyalurkan segala upaya kepada Allah SWT. 2. Kegiatan berwirausaha yang dilakukan menjadiserana untuk saling tolong menolong 3. dalam memenuhi 4. kebutuhan orang lain. 5. Menerapkan sifat a. Rasulullah SAW dalam berniaga b. (siddiq, amanah, fathanah, tabligh dan istiqamah) 6. Memiliki pola pikir yang positif terhadap hasil usaha. 7. Memiliki orientasi menjadi bisnis yang dijalankannya tersebut sebagai ladang ibadah dan menjadi pahala di hadapan Allah SWT.</p>	<p>Likert</p>

3.7 Instrumen Penelitian

3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan upaya untuk memastikan tingkat kevalidan atau keahihan instrument yang digunakan dalam penelitian. Uji validitas dapat dapat pula di artikan sebagai uji ketepatan atau ketelitian suatu alat ukur yang digunakan dalam penelitian (Yusuf & Daris, 2018). Uji validitas mengukur sah atau tidaknya setiap pertanyaan/pernyataan yang digunakan dalam penelitian (Darma, 2021). Uji validitas diukur dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk $df = n-2$ dengan alfa 0,10 adapun dasar pengambilan keputusan dari uji validitas yaitu:

1. Jika r hitung $>$ r tabel, maka kuesioner tersebut dinyatakan valid
2. Jika r hitung $<$ r tabel, maka kuesioner tersebut dinyatakan tidak valid

3.7.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat ukur untuk mengukur suatu variabel. Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan (Yuliati & Mu'ammal, 2022). Suatu instrument dianggap realibel apabila instrumen tersebut dapat dipercaya sebagai alat ukur data penelitian (Fatirul & Walujo, 2021). Realibel atau tidaknya suatu variabel dapat dilihat melalui Cronbach Alpha $>$ 0.60.

Adapun dalam penelitian ini, ketentuan untuk menetapkan tingkat Reabilitas di dasarkan ketentuan berikut:

1. Jika nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$ maka dinyatakan realibel
2. Jika nilai Cronbach's Alpha $< 0,60$ maka dinyatakan tidak realibel

3.8 Uji Asumsi Klasik

3.8.1 Uji Normalitas

Normalitas digunakan untuk mengetahui apakah suatu data dalam penelitian tersebut berdistribusi normal atau tidak, sebuah data akan terlihat bagus digunakan untuk menganalisis dalam menjawab dan menjelaskan fenomena yang terjadi jika data penelitian terdistribusi normal atau melebihi normalitas data. Dalam penelitian ini dilakukan uji normalitas data dengan melihat nilai dari signifikan di bagian *Kolmogrov-Smirnov*. Menurut Ghozali, (2016) Dasar dalam pengambilan uji normalitas yaitu:

1. Jika nilai signifikan $\alpha > 0,05$ maka data tersebut berdistribusi normal
2. Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka data tersebut tidak berdistribusi normal

3.8.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolinearitas

yaitu adanya hubungan linear antara variabel independent dalam model regresi (Pianda, 2018). Maka dari itu pegujian ini harus benar-benar dapat dipastikan bahwa salah satu variabel tidak memiliki hubungan linear atau multikolinearitasdi antara variabel-variabel tersebut. Untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinearitas dapat lihat dari nilai *tolerance* dan *Variance Iflation Factor* (VIF). Dikatakan terjadi multikolinearitas apabila terdapat nilai *tolerance* < 0.10 dan nilai VIF >10 .

3.8.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas, yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi (Sunarto, Isnaini, & Yunus, 2018). Untuk mengetahui heteroskedastisitas dalam penelitian ini adalah dengan melihat grafik atau scatterplot. Dasar pengambilan keputusan dari uji heteroskedastisitas yaitu (Ghozali, 2016):

1. Jika terdapat pola tertentu seperti titik yang membentuk pola yang teratur dengan yang bergelombang, melebar kemudian menyempit, maka diartikan bahwa telah terjadi heteroskedastisitas.

2. Jika tidak terdapat pola jelas titik yang menyebar dan dibawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.9 Analisa Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berfungsi untuk melihat pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat dengan skala pengukuran rasio dalam suatu persamaan linear. Dalam penelitian ini variabel independen (X) yang digunakan adalah e-commerce, kepribadian dan ekspektasi pendapatan. Sedangkan variabel dependen (Y) adalah minat berwirausaha.

Keterangan:

γ	= Minat Berwirausaha
α	= Konstanta
b_1, b_2, b_3	= Koefesien Regresi
x_1	= Variabel e-commerce
x_2	= Variabel Kepribadian
x_3	= Variabel Ekspetasi Pendapatan
e	= Error

$$\gamma = \alpha + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + e$$

3.10 Uji Hipotesis

3.10.1 Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial ini menggunakan untuk mengetahui apakah variabel independent tersebut berpengaruh terhadap variabel dependen. Dan untuk membuktikan sejauh mana variabel independent tersebut berpengaruh terhadap variabel dependen.

Dasar pengambilan keputusan uji parsial yaitu:

1. Jika signifikan (probalitas) < 0.05 atau t hitung $> t$ table maka, H_a diterima dan H_o ditolak. Artinya variabel independent berpengaruh terhadap variabel dependen.
2. Jika signifikan (probalitas) > 0.05 atau t hitung $< t$ table maka H_a ditolak dan H_o diterima. Artinya variabel independent tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

3.10.2 Uji Statistik (Uji F)

Uji statistik digunakan untuk menguji pengaruh variabel independent secara bersama- sama terhadap variabel dependen. Dasar pengambilan keputusan dari uji statistic yaitu:

1. Jika H_0 ditolak dan H_a diterima atau $f_{hitung} > f_{table}$ atau nilai signifikan < 0.05 . artinya variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika H_0 diterima dan H_a ditolak atau $f_{hitung} > f_{table}$ atau nilai signifikan > 0.05 . artinya variabel independent tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

3.10.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependent atau variabel terikat (Riyanto & Hatmawan, 2020). Koefisien determinasi juga dapat digunakan untuk melihat seberapa besar kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Dengan kata lain nilai koefisien determinasi digunakan untuk mengukur besarnya kontribusi variabel yang diteliti X dan Y sebagai variabel terikatnya (Rusmewahni & Jayanti, 2022). Nilai koefisien determinasi memiliki interval antara 0 dan 1. Apabila nilai koefisien determinasi tersebut semakin mendekati 1 maka hasil regresi tersebut baik dan dapat hampir memberikan semua informasi yang dibutuhkan dalam memprediksi variabel dependen. Dan apabila nilai koefisien determinasi semakin mendekati 0, maka secara keseluruhan tidak dapat menjelaskan variabel dependen (Ghozali, 2013)

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

IAIN singkatan dari Institut Agama Islam Negeri dan kata Ar-Raniry ini berkaitan dengan nama seorang ulama besar dan mufti yang sangat berpengaruh pada masa pemerintahan Sultan Iskandar Tsani (1637-1641). Seorang ulama besar yang bernama Syekh Nuruddin Ar- Raniry yang berasal dari Ranir (sekarang Rader) di Gujarat, India. Beliau telah memberikan Kontribusi yang sangat berharga bagi perkembangan pemikiran Islam di Asia Tenggara, khususnya di Aceh.

Pada Tanggal 5 Oktober 1963 IAIN Ar-Raniry resmi berdiri dengan dikeluarkannya Surat Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 89 Tahun 1963 dan diresmikan oleh Menteri Agama K.H Saifuddin Zuhri. Tepat pada 5 Oktober 2013 yang biasanya disebut tahun emas. Universitas ini mengubah wajar dan nama Institut melalui PERPRES No.64 Tahun 2013 yang diterbitkan dan mulai berlaku pada tanggal 1 Oktober 2013 dengan nama Universitas Islam Negeri Ar-Raniry (UIN Ar- Raniry). Saat ini UIN Ar-Raniry memiliki 9 Fakultas, salah satunya adalah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

4.1.1 Visi Misi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

1. Visi

Menjadi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry yang Modern, Profesional dan Andal dalam Keislaman, Kebangsaan, dan Keuniversalan untuk Membangun Masyarakat yang Saleh, Moderat, Cerdas, dan Unggul.

2. Misi

1. Mengembangkan pendidikan, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat UIN Ar-Raniry Banda Aceh yang berbasis pada penguatan moderasi beragama dan kerukunan umat beragama.
2. Menyelenggarakan pendidikan keislaman yang modern, profesional dan andal dalam rangka meningkatnya produktifitas dan daya saing lulusan UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
3. Mengembangkan dan menyelenggarakan penelitian yang berbasis pada penguatan moderasi beragama dan kerukunan umat beragama dalam menjawab permasalahan lokal, nasional dan internasional.
4. Mengembangkan pendidikan, penelitian dan pengabdian masyarakat yang berbasis pada teknologi dan informasi yang modern.

5. Menerapkan *Good University Governance* secara totalitas dan konsisten dalam pengelolaan akademik, keuangan dan sumber daya manusia UIN Ar-Raniry Banda Aceh yang baik.

4.2 Gambaran Umum Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas UIN Ar-Raniry Banda Aceh

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam atau sering disebut dengan singkatan FEBI adalah Fakultas baru yang berdiri di lingkungan UIN Ar-Raniry yang berdiri pada tanggal 18 Juli 2014. Di Fakultas ini terdapat 3 program studi yaitu Ekonomi Syariah, Perbankan Syariah, dan Ilmu Ekonomi.

4.2.1 Visi, Misi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas UIN Ar-Raniry Banda Aceh

1. Visi

Unggul dalam pengembangan keilmuan ekonomi dan bisnis berdasarkan nilai-nilai keislaman bertaraf internasional 2030.

2. Misi

1. Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran dalam bidang ekonomi dan bisnis secara professional, integrative, berdasarkan nilai-nilai islam dan berwawasan global.
2. Mengembangkan tradisi riset integrative dan

diseminasi karya akademik dibidang ekonomi dan bisnis islam .

3. Mengimplementasikan ilmu untuk pengabdian dan pembangunan ekonomi masyarakat secara islami.
4. Membangun kerjasama strategis dalam bidang ekonomi dan bisnis islam dengan berbagai pihak di dalam dan luar negeri.

4.3 Karakteristik Responden

Pada bagian ini menjelaskan mengenai karakteristik responden penelitian untuk menggambarkan data-data deskriptif yang diperoleh dari responden. Karakteristik responden yang diamati dalam penelitian ini yaitu: jenis kelamin, tahun angkatan dan program studi.

4.3.1 Responden Menurut Jenis Kelamin

Dalam Penelitian ini responden yang diambil adalah mahasiswa/i FEBI. Adapun responden berdasarkan jenis kelamin adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1

Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah
Laki-laki	45
Perempuan	46
Jumlah	91

Sumber: Data Diolah (2022)

Berdasarkan Tabel 4.1 dapat diketahui bahwa responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 45 orang dan responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 46 orang.

4.3.2 Responden Menurut Tahun Angkatan

Adapun responden yang karakteristiknya berdasarkan tahun angkatan adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2
Jumlah Responden Berdasarkan Tahun Angkatan

Tahun Angkatan	Jumlah
2019	46
2020	45

Sumber: Data diolah (2022)

Dari Tabel 4.2 dapat kita ketahui jumlah responden pada angkatan 2019 berjumlah 46 orang dan pada angkatan 2020 berjumlah 45 orang. Responden terbanyak berasal dari angkatan 2019 yaitu sebanyak 46 orang.

4.3.3 Responden Menurut Program Studi

Adapun responden yang karakteristiknya berdasarkan program studi yaitu:

Tabel 4.3
Jumlah Responden Berdasarkan Program Studi

Program Studi	Jumlah
Ekonomi Syariah	30
Ilmu Ekonomi	30
Perbankan Syariah	31
Jumlah	91

Sumber: Data diolah (2022)

4.4 Deskripsi Data Penelitian

Agar dapat mempermudah penelitian dari rata-rata per item pada pertanyaan yang ada dalam kuesioner, maka diperlukan interval penilaian rata-rata responden. Dalam penelitian ini terdapat kelas interval maka digunakan rumus:

$$\text{Panjang Kelas Interval} = \frac{\text{rentang}}{\text{banyak kelas interval}}$$

$$\text{Panjang Kelas Interval} = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Dimana:

- Rentang : Nilai Tertinggi-Nilai Terendah
- Banyak nya nilai interval : 5

Maka Kriteria dalam penelitian ini adalah:

Tabel 4.4
Interval Penilaian Jawaban Responden

Interval	Penilaian
1,00 – 1,79	Sangat tidaksetuju
1,80 – 2,59	Tidak setuju
2,60 – 3,39	Kurang setuju
3,40 – 4,19	Setuju
4,20 – 5,00	Sangat setuju

4.5 Uji Validitas

Uji validitas merupakan upaya untuk memastikan tingkat ke validan atau keahihan instrument yang digunakan dalam penelitian. Uji validitas dapat dapat pula di artikan sebagai uji ketepatan atau ketelitian suatu alat ukur yang digunakan dalam penelitian (Yusuf & Daris, 2018). Uji validitas mengukur sah atau tidaknya setiap pertanyaan/pernyataan yang digunakan dalam penelitian (Darma, 2021). Pengujian signifikan dalam penelitian ini dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel bagi dengan keabsahan (*degree of freedom*) ($df = n-2$) yang mana n yaitu jumlah responden, dengan tingkat signifikansinya 10% ($\alpha = 0.1$) maka $df = 91-2 = 89$ sehingga nilai r tabel adalah 0.1735. adapapun hasil uji validitas selengkpnya adalah sebagai berikut:

E-Commerce (X1)

Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel X1

Variabel	Pernyataan	Pearson Correlation	R Tabel	Keterangan
E- Com merce (X1)	X1.1	0,772	0.1735	Valid
	X1.2	0,659		Valid
	X1.3	0,574		Valid
	X1.4	0,760		Valid
	X1.5	0,685		Valid

Sumber: Data diolah SPSS versi 25 (2023)

Berdasarkan Tabel 4.5 dapat diketahui bahwa nilai yang didapatkan dari setiap pernyataan variabel (X1) pada kuesioner dinyatakan valid. Hal ini dapat diketahui dengan membandingkan nilai r hitung (*pearson correlation*) dengan r tabel. Hasil yang didapatkan bahwa r hitung lebih besar dari r tabel.

1.Kepribadian (X2)

Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas X2

Variabel	Pernyataan	Pearson Correlation	R Tabel	Keterangan
Kepribadian (X2)	X2.1	0,702	0.1735	Valid
	X2.2	0,662		Valid
	X2.3	0,518		Valid
	X2.4	0,435		Valid
	X2.5	0,698		Valid
	X2.6	0,455		Valid
	X2.7	0,586		Valid
	X2.8	0,534		Valid
	X2.9	0,608		Valid
	X2.10	0,665		Valid

Sumber: Data diolah SPSS versi 25 (2023)

Berdasarkan Tabel 4.6 dapat diketahui bahwa nilai yang didapatkan dari setiap pernyataan variabel (X2) pada kuesioner dinyatakan valid. Hal ini dapat diketahui dengan membandingkan nilai r hitung (*pearson correlation*) dengan r tabel. Hasil yang didapatkan bahwa r hitung lebih besar dari r tabel.

2. Ekspektasi Pendapatan (X3)

Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel X3

Variabel	Pernyataan	Pearson Correlation	R Tabel	Keterangan
Ekspektasi Pendapatan (X3)	X3.1	0,811	0.1735	Valid
	X3.2	0,839		Valid
	X2.3	0,655		Valid
	X4.4	0,753		Valid

Sumber: Data diolah SPSS versi 25 (2023)

Berdasarkan Tabel 4.7 dapat diketahui bahwa nilai yang didapatkan dari setiap pernyataan variabel (X3) pada kuesioner dinyatakan valid. Hal ini dapat diketahui dengan membandingkan nilai r hitung (*pearson correlation*) dengan r tabel. Hasil yang didapatkan bahwa r hitung lebih besar dari r tabel.

3. Minat Berwirausaha

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas Variabel Y

Variabel	Pernyataan	Pearson Correlation	R Tabel	Keterangan
Minat Berwirausaha (Y)	Y1	0,508	0.1735	Valid
	Y2	0,517		Valid
	Y3	0,579		Valid
	Y4	0,491		Valid
	Y5	0,600		Valid
	Y6	0,409		Valid
	Y7	0,470		Valid
	Y8	0,474		Valid
	Y9	0,337		Valid
	Y10	0,614		Valid
	Y11	0,671		Valid

Sumber: Data diolah SPSS versi 25 (2023)

Berdasarkan Tabel 4.8 dapat diketahui bahwa nilai yang didapatkan dari setiap pernyataan variabel (Y) pada kuesioner dinyatakan valid. Hal ini dapat diketahui dengan membandingkan nilai r hitung (*pearson correlation*) dengan r tabel. Hasil yang didapatkan bahwa r hitung lebih besar dari r tabel.

4.6 Uji Realibilitas

Uji reliabilitas adalah alat ukur untuk mengukur suatu variabel. Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan (Yuliati & Mu'ammal, 2022). Suatu instrument dianggap realibel apabila instrumen tersebut dapat dipercaya sebagai alat ukur data penelitian (Fatirul & Walujo, 2021). Realibel atau tidaknya suatu variabel dapat dilihat melalui Cronbach Alpha > 0.60 .

Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Minimal Cronbach Alpha	Cronbach Alpha
<i>E-commerce</i> (X1)		0,703
Kepribadian (X2)		0,782
Ekspektasi Pendapatan (X3)	0.60	0,757
Minat Berwirausaha (Y)		0,711

Sumber: Data diolah SPSS versi 25 (2023)

Berdasarkan Tabel 4.9 menunjukkan bahwa nilai Cronbach alpha dari variabel *e-commerce* (X1) sebesar 0,703 , nilai dari variabel kepribadian (X2) sebesar 0,782, nilai dari variabel ekspektasi pendapatan (X3) adalah sebesar 0,757 dan nilai dari minat berwirausaha (Y) adalah 0,711. Data data

tersebut dapat disimpulkan bahwa instrument penelitian atau pernyataan yang digunakan sebagai indikator baik variabel ataupun pernyataan yang digunakan sebagai indikator baik variabel X maupun Y, merupakan alat ukur yang Reabilitas.

4.7 Uji Asumsi Klasik

4.7.1 Uji Normalitas

Normalitas digunakan untuk mengetahui apakah suatu data dalam penelitian tersebut berdistribusi normal atau tidak, sebuah data akan terlihat bagus digunakan untuk menganalisis dalam menjawab dan menjelaskan fenomena yang terjadi jika data penelitian terdistribusi normal atau melebihi normalitas data. Dalam penelitian ini dilakukan uji normalitas data dengan melihat nilai dari signifikan di bagian *Kolmogrov-Smirnov*. Menurut (Ghozali, 2016) Dasar dalam pengambilan uji normalitas yaitu:

1. Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka data tersebut berdistribusi normal
2. Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka data tersebut tidak berdistribusi normal

Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		91
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,33537485
Most Extreme Differences	Absolute	,061
	Positive	,061
	Negative	-,041
Test Statistic		,061
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

Sumber: Data diolah SPSS versi 25 (2023)

Berdasarkan Tabel 4.10 Dapat diketahui nilai signifikan dibagian *test statistic* yaitu sebesar 0,061 yaitu lebih besar dari 0,05 ($0,061 > 0,05$) dan *Asymp Sig* sebesar 0,200 yaitu lebih besar dari 0,05 ($0,200 > 0,05$). Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel terikat dan variabel bebas dalam penelitian ini berdistribusi secara normal.

4.7.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolinearitas yaitu adanya hubungan linear antara variabel independent dalam model regresi (Pianda, 2018). Maka dari itu pengujian ini harus benar-benar dapat dipastikan bahwa salah satu variabel tidak memiliki hubungan linear atau multikolinearitas di antara

variabel- variabel tersebut. Untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinearitas dapat lihat dari nilai *tolarance* dan *Variance Iflation Factor* (VIF). Dikatakan terjadi multikolinearitas apabila terdapat nilai *tolarance* < 0.10 dan nilai VIF > 10.

Tabel 4.11
Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
E-Commerce (X1)	0,672	1,487
Kepribadian (X2)	0,588	1,701
Ekspektasi Pendapatan (X3)	0,590	1,696

Sumber: Data diolah SPSS versi 25 (2023)

Berdasarkan Tabel 4.11 dapat diketahui bahwa nilai *tolerance* variabel *e-commerce* (X1) adalah 0,672, nilai *tolerance* variabel kepribadian (X2) adalah 0,588, dan nilai *tolerance* variabel ekspektasi Pendapatan (X3) adalah 0,590. Ketiga variabel memiliki nilai *tolerance* di atas 0.10 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antara variabel bebas dengan model regresi ini. Sedangkan nilai VIF variabel *e-commerce* (X1) adalah 1,487, nilai VIF variabel kepribadian (X2) adalah 1,701 dan nilai VIF variabel ekspektasi pendapatan 1,696. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel bebas dalam model regresi ini

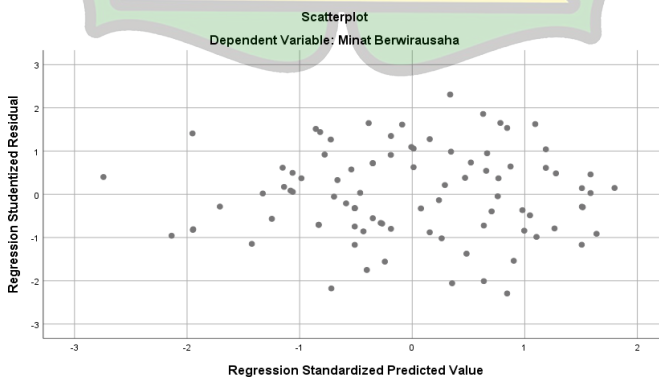
4.7.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas, yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi (Sunarto, Isnaini, & Yunus, 2018). Untuk mengetahui heteroskedastisitas dalam penelitian ini adalah dengan melihat grafik atau scatterplot. Dasar pengambilan keputusan dari uji heteroskedastisitas yaitu (Ghozali, 2016):

1. Jika terdapat pola tertentu seperti titik yang membentuk pola yang teratur dengan yang bergelombang, melebar kemudian menyempit, maka diartikan bahwa telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak terdapat pola jelas titik yang menyebar dan dibawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Gambar 4.1

A Uji Heteroskedastisitas



Berdasarkan pada Gambar 4.1 dapat dilihat pada dalam grafik *scatterplot* terjadi penyebaran data yang tidak teratur dan tidak membentuk pola. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas. Sehingga model regresi ini layak digunakan untuk menganalisis hubungan antara *e-commerce* , kepribadian dan ekspektasi pendapatan terhadap minat berwirausaha.

4.8 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berfungsi untuk melihat pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat dengan skala pengukuran rasio dalam suatu persamaan linear. Dalam penelitian ini variabel independen (X) yang digunakan adalah *e-commerce*, kepribadian dan ekspektasi pendapatan. Sedangkan variabel dependen (Y) adalah minat berwirausaha.

Tabel 4.12
Analisis Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9,412	2,595		3,627	,000
	E-Commerce	,265	,126	,148	2,112	,038
	Kepribadian	,593	,072	,612	8,227	,000
	Ekspektasi Pendapatan	,392	,140	,208	2,798	,006

Berdasarkan Tabel 4.12 maka diperoleh persamaan analisis regresi linear berganda sebagai berikut:

$$\gamma = 9,412 + 0,265x_1 + 0,593x_2 + 0,392x_3 + e$$

Persamaan regresi di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta (α) yang didapat adalah sebesar 9,412 jika nilai koefisien *e-commerce* (X1), kepribadian (X2) dan ekspektasi pendapatan (X3) tidak bertambah maka nilai koefisien minat berwirausaha (Y) sebesar 9,412
2. Nilai koefisien variabel *e-commerce* (X1) adalah 0,265. Hal ini menyatakan bahwa *e-commerce* berpengaruh terhadap minat berwirausaha, setiap penambahan pada variabel lainnya dianggap konstan. Maka variabel Y akan bertambah sebesar 0,265.
3. Nilai koefisien kepribadian (X2) adalah 0,593. Hal ini menunjukkan bahwa kepribadian berpengaruh dan setiap penambahan 1 nilai pada variabel kepribadian (X2) dan variabel lainnya dianggap konstan, maka variabel Y yaitu minat berwirausaha akan bertambah sebesar 0,593
4. Nilai koefisien Ekspektasi Pendapatan (X3) adalah 0,392. Hal ini menunjukkan bahwa ekspektasi pendapatan berpengaruh dan setiap penambahan 1 nilai pada variabel kepribadian (X2) dan variabel lainnya dianggap konstan, maka variabel Y yaitu minat berwirausaha akan bertambah sebesar 0,392

4.9 Uji Hipotesis

4.9.1 Uji Parsial (Uji T)

Uji parsial ini menggunakan untuk mengetahui apakah variabel independent tersebut berpengaruh terhadap variabel dependen. Dan untuk membuktikan sejauh mana variabel independent tersebut berpengaruh terhadap variabel dependen.

Dasar pengambilan keputusan uji parsial yaitu:

1. Jika signifikan (probalitas) < 0.05 atau t hitung $> t$ table maka, H_a diterima dan H_o ditolak. Artinya variabel independent berpengaruh terhadap variabel dependen.
2. Jika signifikan (probalitas) > 0.05 atau t hitung $< t$ table maka H_a ditolak dan H_o diterima. Artinya variabel independent tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Berasarkan hasil yang diperoleh melalui analisis regresi linear berganda yang dilakukan pada aplikasi SPSS maka dapat disimpulkan hipotesis secara parsial sebagai berikut:

1. Variabel *e-commerce* (X1) terhadap minat berwirausaha (Y)

Uji parsial pada tabel 4.11 diketahui bahwa variabel *e-commerce* (X1), memperoleh t hitung sebesar 2,112 dan t tabel sebesar 1,987. sehingga t hitung lebih besar dari t tabel ($2,112 > 1,987$) dengan nilai signifikan

0,038 nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,038 < 0,05$). Maka H_{a1} diterima dan H_{01} ditolak artinya (X1) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat berwirausaha (Y).

2. Variabel kepribadian (X2) terhadap minat berwirausaha (Y)

Uji secara parsial pada tabel 4.11 diketahui bahwa variabel kepribadian (X2) memperoleh hitung sebesar 8,227 dan t tabel sebesar 1,987, sehingga t hitung lebih besar dari t tabel ($8,227 > 1,987$) dengan nilai signifikan 0,000 nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Maka H_{a2} diterima dan H_{02} ditolak artinya (X2) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat berwirausaha (Y)

3. Variabel ekspektasi pendapatan (X3) terhadap minat berwirausaha (Y)

Uji parsial pada tabel 4.11 diketahui bahwa ekspektasi pendapatan (X3) memperoleh t hitung sebesar 2,798 dan t tabel sebesar 1,987, sehingga t hitung lebih besar dari t tabel ($2,798 > 1,987$) dengan nilai signifikan 0,006 nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,006 < 0,05$). Maka H_{a3} diterima dan H_{02} ditolak artinya (X3) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat berwirausaha (Y)

4.9.2 Uji Stataistik (Uji F)

Uji statistik digunakan untuk menguji pengaruh variabel independent secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

Dasar pengambilan keputusan dari uji statistik yaitu:

1. Jika H_0 ditolak dan H_a diterima atau f hitung $>$ f table atau nilai signifikan $<$ 0.05. artinya variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika H_0 diterima dan H_a ditolak atau f hitung $<$ f table atau nilai signifikan $>$ 0.05. artinya variabel independent tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Tabel 4.13 Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1206,808	3	402,269	73,656	,000 ^b
	Residual	475,148	87	5,461		
	Total	1681,956	90			

Sumber: Data diolah SPSS versi 25 (2023)

Berdasarkan tabel 4.13 menunjukkan bahwa f hitung sebesar 73,656 dan f tabel 2,709 sehingga nilai f hitung lebih besar dari f tabel ($73,656 > 2,709$) dan signifikan 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) sehingga H_a diterima dan H_0 ditolak. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel *e-commerce* (X_1),

kepribadian (X2) dan ekspektasi pendapatan (X3) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat berwirausaha (Y).

4.9.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependent atau variabel terikat. Nilai koefisien determinasi memiliki interval antara 0 dan 1. Apabila nilai koefisien determinasi tersebut semakin mendekati 1 maka hasil regresi tersebut baik dan dapat hamper memberikan semua informasi yang dibutuhkan dalam memprediksi variabel dependen. Dan apabila nilai koefisien determinasi semakin mendekati 0, maka secara keseluruhan tidak dapat menjelaskan variabel dependen.

Tabel 4.14 Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,847 ^a	,718	,708	2,337

Sumber: Data diolah SPSS versi 25 (2023)

Berdasarkan tabel 4.14 dapat diketahui bahwa hasil uji R^2 (koefisien determinasi) yang diperoleh sebesar 0,718. Hal ini menunjukkan bahwa minat berwirausaha dipengaruhi oleh *e-commerce* (X1), kepribadian (X2) dan ekspektasi pendapatan

(X3) sebesar 71,8 % dan 28,2 % lagi dipengaruhi oleh faktor lain selain *e-commerce*, kepribadian dan ekspektasi pendapatan. Dapat disimpulkan bahwa variabel independent secara keseluruhan dapat menjelaskan variabel devenden secara baik.

4.10 Pembahasan

Penelitian ini dilakukan untuk menjelaskan pengaruh *e-commerce*, kepribadian dan ekspektasi pendapatan terhadap minat berwirausaha mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry.

4.10.1 Pengaruh E-commerce Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry

Berdasarkan hasil uji parsial, pengujian hipotesis dilakukan dengan cara membandingkan t hitung dengan t tabel nilai t hitung sebesar 2,112 dan t tabel sebesar 1,987. sehingga t hitung lebih besar dari t tabel ($2,112 > 1,987$) dengan nilai signifikan 0,038 nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,038 < 0,05$). Maka H_{a1} diterima dan H_{01} ditolak artinya (X1) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat berwirausaha (Y). Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh *e-commerce* (X1) terhadap minat berwirausaha. Sehingga hipotesis yang terdapat pengaruh terhadap minat berwirausaha dapat diterima. Hal ini menunjukkan bahwa *e-commerce* merupakan hal yang penting serta dapat mempengaruhi minat berwirausaha.

E-commerce merupakan proses bisnis dengan

menggunakan teknologi elektronik yang menghubungkan perusahaan, konsumen dan masyarakat dalam bentuk transaksi elektronik dan pertukaran/penjualan barang, jasa dan informasi secara elektronik (Rerung, 2018). *E-commerce* merupakan dampak dari berkembangnya teknologi pada sekarang ini sehingga dapat merubah cara manusia dalam berinteraksi dengan lingkungannya, seperti halnya terkait dengan sistem perdagangan. Hasil penelitian ini adalah positif dan signifikan hal ini membuktikan bahwa mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry setuju dengan manfaat yang diperoleh dengan menggunakan *e-commerce* dapat menjangkau dan berinteraksi dengan konsumen menjadi cepat, mudah dan memiliki peran penting dalam berwirausaha. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Yadewanil & Wijaya, 2017) menunjukkan hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *e-commerce* berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha.

Dalam islam perdagangan melalui media elektronik (*e-commerce*) diperbolehkan selama tidak mengandung unsur-unsur yang dapat merusaknya seperti riba, kezhaliman, penipuan, kecurangan dan sejenisnya. Terdapat beberapa nilai islami yang harus diterapkan dalam memberikan pelayanan pada *e-commerce* yaitu bersikap profesional, jujur, amanah, serta bersikap ramah dan sopan. Dalam menggunakan *e-commerce* sebagai alat dalam berwirausaha seorang wirausaha harus memberikan kemudahan pada penggunaannya, seorang

wirusaha harus memiliki tanggung jawab serta mengutamakan kejujuran. Sebab islam memandang suatu wirusaha sebagai sarana untuk beribadah kepada Allah SWT untuk itu suatu wirusaha tidak boleh terlepas dari syariat islam. secara keseluruhan *e-commerce* dalam islam diperbolehkan selama tidak bertentangan dengan syariat islam serta menerapkan nilai-nilai islam dalam pelaksanaannya. *e-commerce* sebagai salah satu cara untuk melakukan kegiatan usaha dapat memberikan manfaat bagi mahasiswa. Dengan adanya manfaat yang diberikan seperti kemudahan layanan akan menimbulkan ketertarikan mahasiswa untuk membangun suatu wirusaha.

4.10.2 Pengaruh kepribadian Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry

Berdasarkan hasil uji parsial, pengujian hipotesis dilakukan dengan cara membandingkan hitung dengan t tabel. Nilai t hitung sebesar 8,227 dan t tabel sebesar 1,987, sehingga t hitung lebih besar dari t tabel ($8,227 > 1,987$) dengan nilai signifikan 0,000 nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Maka H_{a2} diterima dan H_{o2} ditolak artinya (X_2) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat berwirausaha (Y). Sehingga hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh kepribadian dengan minat berwirausaha diterima. Hal ini menunjukan bahwa kepribadian merupakan

faktor penting untuk mempengaruhi minat berwirausaha mahasiswa.

Kepribadian adalah keseluruhan kombinasi yang menggambarkan karakteristik watak yang menyebabkan manusia secara alamiah bersifat unik (Kartono,2019). Dalam pemilihan karir sebagai wirausaha, kepribadian akan memainkan peranan penting .Seseorang dapat dikatakan dapat memiliki minat berwirausaha dapat dilihat dari berbagai aspek kepribadian seperti karakteristik, watak, sikap dan perilaku seseorang. Kepribadian seorang wirausahaan adalah ketika mempunyai rasa percaya diri, memiliki jiwa kepemimpinan, berorientasi pada masa depan dan juga memiliki keorisilinan. Dengan memiliki kepribadian seorang wirausaha yang tinggi maka mahasiswa akan lebih berani untuk melakukan suatu usaha dan akan dilakukan dengan baik. Adapun hasil penelitian ini adalah kepribadian berpengaruh dan signifikan terhadap minat berwirausaha yang artinya mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry memiliki rasa percaya diri, berjiwa kepemimpinan, berorientasi pada masa depan dan keorisilinan yang tinggi di dalam dirinya. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Idriyani & Margunani, 2018) dimana hasil penelitiannya menyatakan bahwa kepribadian berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha.

Dalam melakukan suatu usaha seorang muslim harus memiliki kepribadian yang baik. Kepribadian dalam islam

yang baik merupakan kepribadian yang memiliki ciri khas dari keseluruhan tingkah laku, sikap dan Hasrat yang baik dengan menjadikan ajaran islam sebagai pedoman dalam berperilaku. Kepribadian dalam islam merupakan akumulasi dari berbagai karakter dan sifat yang melekat diri seseorang yang berwujud pada perilaku sehari-hari yang mengarah pada nilai-nilai islam. Adapaun dalam melakukan suatu usaha seorang wirausahaan muslim harus memiliki nilai-nilai islam di dalam dirinya seperti memiliki ketakwaan dalam dirinya, bersikap jujur, mandiri dan dalam melakukan suatu usaha dengan memprioritaskan kehalalan dari segala aspek baik pelaksanaannya maupun produk yang tawarkannya. Karena dalam islam bukan hanya berorientasi pada keuntungan finansial semata namun juga mengharapkan keberkahan dari suatu hal yang dilakukan. Dari hasil yang diperoleh dalam penelitian ini dapat dilihat bahwasannya mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry memiliki nilai-nilai islam dalam dirinya yaitu ketakwaan, jujur, mandiri dan memprioritaskan kehalalan dalam berwirausaha.

4.10.3 Pengaruh Ekspektasi Pendapatan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry

Berdasarkan hasil uji parsial, pengujian hipotesis dilakukan dengan cara membandingkan t hitung dengan t tabel. Nilai t hitung sebesar 2,798 dan t tabel sebesar 1,987, sehingga t

hitung lebih besar dari t tabel ($2,798 > 1,987$) dengan nilai signifikan $0,006$ nilai tersebut lebih kecil dari $0,05$ ($0,006 < 0,05$). Maka H_{a3} diterima dan H_{o2} ditolak artinya (X_3) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat berwirausaha (Y). Sehingga hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh ekspektasi pendapatan dengan minat berwirausaha diterima.

Ekspektasi pendapatan merupakan suatu harapan untuk memperoleh penghasilan yang lebih tinggi sehingga dengan adanya ekspektasi pendapatan yang tinggi maka minat berwirausaha akan semakin meningkat (Kardiana & Melati, 2019). Semakin tinggi pendapatan yang diharapkan dari wirausaha maka semakin tinggi pula minat seseorang dalam berwirausaha. Dalam penelitian ini, ekspektasi pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha yang artinya ekspektasi pendapatan dapat menjadi pendorong mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry dalam meningkatkan minat menjadi wirausahaan. Menjadi seorang wirausahaan dengan cara memanfaatkan segala kreatifitas dan kemampuan yang dimiliki untuk membuka suatu usaha dapat membuat mereka memperoleh keuntungan semaksimal mungkin. Besar kecilnya pendapatan yang diperoleh dari berwirausaha tergantung pada hasil kerja atau usaha yang dilakukan. Keinginan untuk mendapatkan pendapatan yang tinggi inilah yang dapat menimbulkan minat berwirausaha mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry. Mahasiswa dapat

memanfaatkan kemampuan dan kreatifitas yang dimiliki untuk membuka suatu usaha yang dapat membuat mereka memperoleh keuntungan semaksimal mungkin. hal ini menunjukkan bahwa ekspektasi pendapatan merupakan faktor penting dalam meningkatkan minat berwirausaha pada mahasiswa. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Noor & Anwar, 2022) dimana hasil penelitiannya menyatakan bahwa variabel ekspektasi pendapatan berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha.

Memperoleh pendapatan sebanyak-banyaknya tidak dilarang dalam islam, besar kecil pendapatan yang diterima tergantung pada usaha yang dilakukan. Setiap orang dapat berusaha untuk mendapatkan penghasilan yang diinginkan sesuai dengan kemampuan dan keterampilannya. Pendapatan yang diperoleh merupakan pendapatan halal dan dipergunakan untuk memenuhi kebutuhan. Dalam berekspektasi terhadap pendapatan dalam islam tidak dipermasalahkan namun ekspektasi juga harus diiringi dengan usaha. Dalam mendapatkan pendapatan yang tinggi dalam islam mahasiswa harus memperhatikan kehalalan pendapatan yang diperoleh serta harus memanfaatkan pendapatan dengan sebaik baiknya seperti halnya untuk memenuhi kebutuhan hidupnya,

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian ini dapat ditarik kesimpulan yaitu sebagai berikut :

1. *E-commerce* secara parsial berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry. Hal ini dapat di Tarik kesimpulan bahwa e-commerce berperan penting dalam minat berwirausaha.
2. Kepribadian secara parsial berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry. Hal ini dapat di Tarik kesimpulan bahwa kepribadian berperan penting dalam minat berwirausaha.
3. Ekspektasi pendapatan secara parsial berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry. Hal ini dapat di Tarik kesimpulan bahwa kepribadian berperan penting dalam minat berwirausaha.
4. *E-commerce*, kepribadian dan ekspektasi pendapatan secara simultan atau secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry.

5.2 Saran

Saran dalam penelitian ini adalah:

1. Diharapkan mahasiswa agar dapat memiliki motivasi yang besar sehingga dapat mendorong seseorang menjadi wirausahaan, dengan cara mengikuti seminar tentang pengusaha sukses serta memperluas pandangan dan pengetahuan agar dapat memiliki wawasan yang lebih banyak dan luas mengenai wirausaha. cara lain yang dapat di lakukan adalah dengan berkomunikasi dan bergaul dengan para pebisnis-pebisnis sukses sehingga pola pikir seseorang sedikit demi akan berubah kearah yang lebih dalam bidang wirausaha maupun lainnya namun tetap berlandaskan pada prinsip-prinsip islam.
2. Penelitian yang dilakukan peneliti tentunya memiliki dalam hal pengambilan data. Karena penelitian ini hanya dilakukan pada mahasiswa FEBI pada angkatan 2019 dan 2020. Oleh karena itu peneliti mengharapkan agar penelitian selanjutnya lebih memperluan objek penelitian, tidak hanya pada mahasiswa FEBI tetapi juga di beberapa tempat lainnya. Penelitian selanjutnya juga dapat menambahkan responden dan beberapa variabel lainnya seperti ketersediaan modal, lingkungan dan variabel lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Agusmiati, D., & Wahyudin, A. (2018). Pengaruh Lingkungan Keluarga, Pengetahuan Kewirausahaan, Kepribadian, Dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Dengan Self Efficacy Sebagai Variabel Moderating. *Economic Education Analysis Journal*, 878-893.
- Aldrin, M. A., & Alam, S. N. (2020). *E-commerce Dasar Teori Dalam Bisnis Digital*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Alwisol. (2018). *Psikologi Kepribadian*. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang.
- Andayanti, & Harie, S. (2020). Entrepreneurial Motivation Impact Toward Entrepreneurship Interest Of College Student. *Jurnal Pendidikan*.
- Batilmurik, R. W. (2021). *Kinerja Penyidik Polri Analisis Peran Kepribadian dan Komitmen Organisasi*. Malang: Literasi Nusantara Abadi.
- Djaali. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Effendi, U. (2016). *Psikologi Konsumen*. Jakarta: Raja Wali Persada.
- Eka, R. (2020). Pengaruh Financial Technology Dan Business Trend E-Commerece Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Skripsi*.

- Fadhli, A. (2016). Tinjauan Hukum Islam akad As-Salam Dalam Transaksi E-Commerce. *Jurnal Pemikiran Hukum Islam*, 1-19.
- Fatirul, A. N., & Walujo, D. A. (2021). *Metode Penelitian Pengembangan Bidang Pembelajaran*. Banten: Pascal Books.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariati Dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Peneliti Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IMB SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gultom, E. (2021). Pengaruh E-Commerce, Pengetahuan Kewirausahaan dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Journal of Business and Economics Research*, 40-46.
- Hamali, A. Y. (2017). *Pemahaman Kewirausahaan*. Jakarta: Prenada Media.
- Hamdani, A. (2020). Pengaruh Lingkungan Keluarga, Pengetahuan Kewirausahaan, Ekspektasi Pendapatan dan E-Commerce Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Akuntansi. *Skrripsi*.
- Hamzah, et.al.,(2020). *E-Commerce Suatu Pengantar Bisnis*

Digital. Medan: Yayasan KitaMenulis.

Hanum, A. N. (2015). Pengaruh Mata Kuliah Kewirausahaan Terhadap Minat Mahasiswa Menjadi Wirausaha. *Majalah Ekonomi Dan Bisnis*, 1-11.

Hendrawan, J. S., & Sirine, H. (2017). Pengaruh Sikap Mandiri, Motivasi, Pengetahuan Kewirausahaan, Terhadap Minat Berwirausaha. *Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*, Vol.2 No.3, 291-314.

Idriyani, L., & Margunani. (2018). Pengaruh Kepribadian, Pendidikan Kewirausahaan, Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha. *Economic Education Analysis Journal*, 848-862.

Indra, I., & Cahyaningrum, I. (2019). *Cara Mudah Memahami Metodologi Penelitian*.

Yogyakarta: Deepublish....

Istiqomah. (2020). Pemanfaatan E-commerce Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Akademi Kesejahteraan AKK Yogyakarta. *Jurnal Socia Akademika*, 119-115.

Janti, S. (2014). Analisis Validitas Dan Reabilitas Dengan Skala Likert Terhadap Pengembangan SI/TI Dalam Penentuan Pengambilan Keputusan Penerapan Strategi Planing Pada Industri Grmen. *Prosiding Snast*, 155-160.

Jumiati, Reza, & Sutrisno. (2022). Pengaruh Pendidikan

Kewirausahaan dan Ekspektasi Pendapatan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Mulawarman. *Educational Studies*, 1-10.

Kardiana, T. C., & Melati, I. S. (2019). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Kepercayaan Diri, dan Ekspektasi Pendapatan Terhadap Minat Berwirausaha. *Economic Education Analysis Journal*, 1182-1197.

Kartono. (2019). *Kepribadian Dan Politik Bank Perkreditan Rakyat*. Yogyakarta: Deepublisher. Khairunnisa, et.al., (2022). *Konsep Dan Tips Dalam Menulis Karya Ilmiah*. Tangerang: Pasca Books.

Khotimah , et.al., (2022). *Kewirausahaan (Sejarah, Peluang,dan Tantangan)*. Bandung: Media Sains Indonesia.

Lubis, Z. (2021). *Statika Terapan Untuk Ilmu-Ilmu Sosial dan Ekonomi*. Yogyakarta: Andi.

Trihudyatmanto. (2019). Membangun Minat Berwirausaha Mahasiswa Dengan Pengaruh Faktor E-Commerce, Pengetahuan Kewirausahaan Dan Gender. *Jurnal Penelitian*, 93-103.

Mardia, et.al., (2021). *Kewirausahaan*. Medan:Yayasan Kita Menulis.

Mutiah, R. L. (2022). Pengaruh Digital Literacy Dan Penggunaan E-

Commerce Terhadap Minat Berwirausaha Digital (Digital Entrepreneurship) Pada Mahasiswa Tadris IPS UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. *Skripsi*.

Mustofa, I. (2012) Transaksi Elektronik E-commerce Dalam Prespektif Fikih. *Jurnal Hukum Islam*, Vol.10, 157-180.

Noor, & Anwar, S. (2022). Pengaruh Motivasi, Ekspetasi Pendapatan, Dan Persepsi Mahasiswa Terhadap Minat Berwirausaha dengan Pemahaman Akuntansi Sebagai Variabel Moderating.

Nurjanah, D.O. (2021) Pengaruh Kepribadian, Pendidikan Kewirausahaan, dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Fakultas Teknik UNJ. *Jurnal*.

Nuryanto, & Pambuko, Z. B. (2018). *Eviews Untuk Analisis Ekonomertika Dasar Aplikasi Dan Interpretasi*. Magelang: UNIMMA PRESS.

Parista, P. (2022). Pengaruh Kepribadian, Lingkungan Keluarga Dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Dalam Prespektif Manajemen Bisnis Islam. *Skripsi*.

Pianda, D. (2018). *Kinerja Guru Kompetensi Guru, Motivasi Kerja, Kepemimpinan Kepala Sekolah*. Sukabumi: CV Jejak.

Pramiswari, D. A., & Dharmadiaksa, I. B. (2017). Pengaruh E-

commerce Dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Dalam Pengambilan Keputusan Untuk Berwirausaha. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, Vol.20.1, 261-289.

Prasetio, et.al., (2021). *Konsep Dasar E-Commerce*. Medan:Yayasan Kita Menulis.

Putri, J. P. (2019). Pengaruh Ekspetasi Pendapatan dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus Mahasiswa Ekonomi Syariah Angkatan 2015 Institusi AgamaIslam Negeri Metro). *Skripsi*.

Putri, et.al., (2022). *Kewirausahaan*. Padang:Global Eksekutif Teknologi.

Rachmawati, H., & Subroto, W. T. (2022). Pengaruh Lingkungan Keluarga, Pengetahua Kewirausahaan dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Ekonomi Keguruan dan Ilmu Pendidikan*, Vol 10.1, 56-67.

Rahayu, E. (2022). Analisis Pengaruh E-Commerce Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Dalam Prespektif Ekonomi Islam.*Skripsi*.

Rerung, R. R. (2018). *E-commerce Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi*.

Yogyakarta: Deepublish.

Ridwan. (2021). *Tingkat Pendapatan Dan Kesejahteraan*

Masyarakat Menjalin Kerukunan Umat Beragama. Azka Pustaka.

Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Penelitian Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen.* Yogyakarta: Deepublish.

Romindo, et.al., (2019). *E-commerce Implementasi, Strategi & Inovasinya.* Medan: Yayasan Kita Menulis.

Ronabliya, R. N., Kencana, R. E., & Puspaningtyas, M. (2021). Pengaruh E-Commerce Terhadap Minat Berwirausaha Generasi Milenial. *Prosiding National Seminar On Accounting, Finance, and Economics*, 1-11.

Rusmewahni, & Jayanti, S. E. (2022). *Corporate Social Responsibility Berbasis Kesejahteraan Masyarakat.* Padang Sidempuan: PT Inovasi Pratama Internasional .

Safitri, A. S., & Rustiana, A. (2016). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Dan Kepribadian Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Jurusan Pemasaran. *Economic Education Analysis Journal*, 889-901.

Saifuddin, A. (2020). *Penyusun Skala Psikologi.* Jakarta: Prenada Media.

Sanawiri, B., & Iqbal, M. (2018). *Kewirausahaan.* Malang: UB Press.

Sapitri, A. N., & Fatimah, E. S. (2020). Pengaruh E-Commerce dan

Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Pedagang Online Di Kota Makasar Dalam Prespektif Islam. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 46-63.

Sapitri, N. A. (2018). Pengaruh E-Commerce Dan Pemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Minat Berwirausaha Online Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 26-39.

Saputri, A. P. (2019). Pengaruh Lingkungan Keluarga, Pengetahuan Kewirausahaan, Ekspektasi Pendapatan dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha. *Skripsi*.

Sari, B., & Rahayu, M. (2020). Pengaruh Lingkungan, Pendidikan Kewirausahaan Dan Penggunaan E-Commerce Pada Peningkatan Minat Berwirausaha Mahasiswa FEB UPI YAI. *Jurnal Ikra-Ith Ekonomika*, 20-19.

Sari, N. (2018). Analisis Pengaruh Kepribadian, Lingkungan Keluarga Dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Studi Kasus Pada Siswa/i SMK Purnama 1 Jambi. *Jurnal Ilmu Manajemen*, vol 5, 293-98.

Sari, et.al., (2020). *Kewirausahaan dan Koperasi*. Medan:Yayasan Kita Menulis.

Septiani, D. (2016). Pengaruh Motivasi, Lingkungan Keluarga dan Ekspetasi Pendapatan Terhadap Minat berwirausaha. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 1-7.

Setiawan, D. (2016). Pengaruh Ekspetasi Pendapatan, Lingkungan

Keluarga dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha. *Jurnal Profita Kajian Ilmu Akuntansi*.

Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.

Sudarmanto, at.al., (2021). *Desain Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif*. Medan: Yayasan Kita Menulis.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Suryani, L. (2022). *Peningkatan Komitmen Profesi Melalui Iklim Organisasi, Kepribadian Dan Kepuasan Kerja Dosen*. Surabaya: Cipta Media Nusantara.

Syaifudin, A. (2016). Pengaruh Kepribadian, Lingkungan Keluarga dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Negeri Yogyakarta. *Skripsi*.

Teresya, R., Nabiilah, R. R., & Tunnajah, S. (2022). Literatur Review E-Commerce: Profitabilitas Tekanan Eksternal Dan Kemudahan Pengguna. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi* , Vol.3, 474-484.

Trigunawan, A., Rahayu, W. I., & Andarsyah, R. (2020). *Regresi Linear Untuk Prediksi Jumlah Penjualan Terhadap Jumlah*

Permintaan . Bandung: Kreatif.

Ulfa, N. (2015). Minat Wirausaha Kaum Santri Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya. *Jurnal on Islamic Economics*, 91-121.

Veryani, et.al., (2022). *Kewirausahaan Biologi*. Bandung: Media Sains Indonesia.

Widisningsih, A. T. (2021). Pengaruh Kepribadian Wirausaha, Ekspetasi Pendapatan Dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia Administrasi dan Pelayanan Publik*, 167-78.

Yadewanil, D., & Wijaya, R. (2017). Pengaruh E-commerce Terhadap Minat Berwirausaha. *Jurnal RESTI (Rekayasa Sistem dan Teknologi Informasi)*, 65-69.

Yuliati, U., & Mu'ammal, I. (2022). *Buku Monograf Kewirausahaan Usaha Kecil Menengah Desa Wisata Pujon Kidul (Suatu Tinjauan Saat Pandemi Covid 19)*. Malang: Pustaka Peradaban.

Yusuf, M., & Daris, L. (2018). *Analisis Data Penelitian Teori & Aplikasi dalam Bidang Perikanan*. Bogor: IPB Press Printing.

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Assalamualaikum Wr. Wb

Saya Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh. Memohon ketersediaan saudara/I untuk mengisi kuesioner dalam rangka pengambilan data penelitian sebagai tugas akhir saya mengenai “Pengaruh *E-commerce*, Kepribadian, Ekspektasi Pendapatan Terhadap Minat Berwirausaha Ditinjau Dalam Prespektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar- Raniry)”

Sehubungan dengan hal itu, maka saya mohon kesediaan saudara/I untuk meluangkan waktu guna mengisi kuesioner ini. Pengisian kuesioner ini bertujuan untuk mengembangkan ilmu pengetahuan. Mengenai data yang nantinya saya peroleh tidak saya gunakan untuk keperluan lain serta kerahasiaanya akan dijaga. Oleh karena itu, saya berharap seluruh pertanyaan dijawab dengan sejujur-jujurnya. Atas kerjasamanya saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya,

Eka Fitri
NIM: 190602043

1. Minat Berwirausaha (X1)

No	Keterangan	SS	S	TS	RR	STS
1	Saya mempunyai kemauan keras berwirausaha untuk memenuhi kebutuhan hidup					
2	Saya mempunyai keyakinan bahwa saya mampu berwirausaha					
3	Saya mempunyai sikap jujur dan tanggung jawab dalam Berwirausaha					
4	Saya mempunyai ketahanan fisik, mental, ketekunan dalam memulai usaha yang baru					
5	Saya mempunyai pemikiran yang konstruktif untuk menemukan produk baru					
6	Saya berorientasi ke masa depan dan berani mengambil risiko dalam berwirausaha					
7	Saya percaya diri dengan menyandarkan diri kepada Allah SWT dalam berwirausaha					
8	Saya berwirausaha yang dapat dijadikan sarana untuk saling tolong menolong					
9	Saya menerapkan sifat Rasulullah (siddiq, amanah, fathanah, tabligh) dalam berwirausaha					
10	Saya berpikir positif terhadap hasil usaha					
11	Saya menjadikan berwirausaha sebagai ladang beribadah kepada Allah SWT					

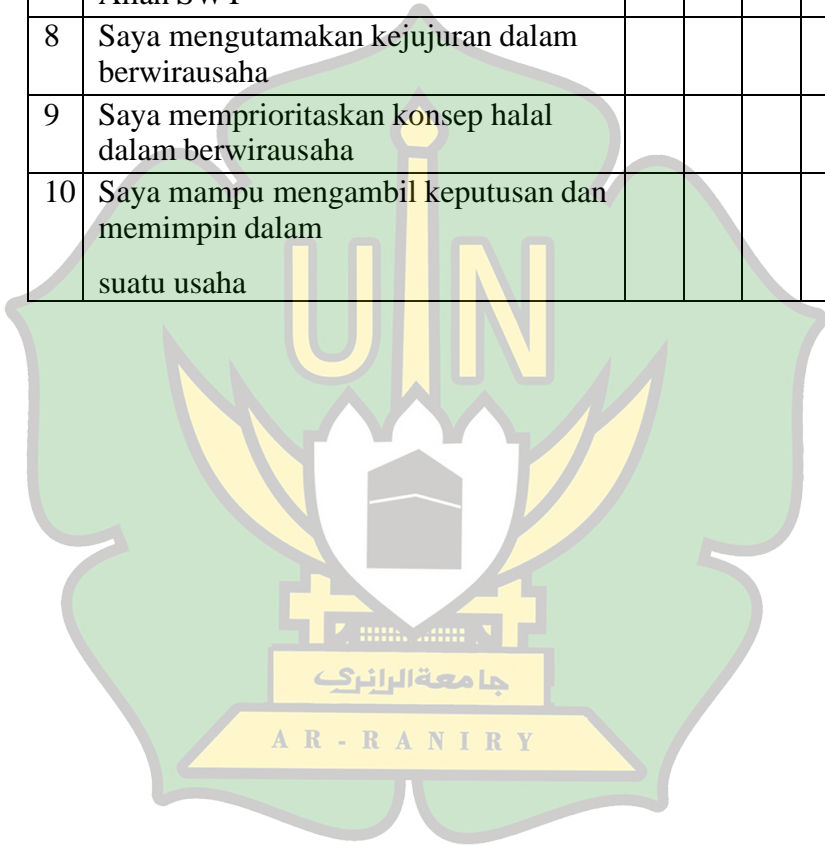
2. E-commerce (X2)

No	Keterangan	SS	S	TS	RR	STS
1	Saya menggunakan e-commerce karena kemudahan dalam berkomunikasi dengan penjual					
2	Saya menggunakan e-commerce karena terdapat rating yang dapat menambah kepercayaan konsumen					
3	Saya menggunakan e-commerce karena dapat menghemat biaya dan waktu					
4	Saya akan bertanggung jawab terhadap informasi yang ditampilkan dalam e-commerce					
5	Saya menerapkan kejujuran dalam menggunakan e-commerce					

3. Kepribadian (X3)

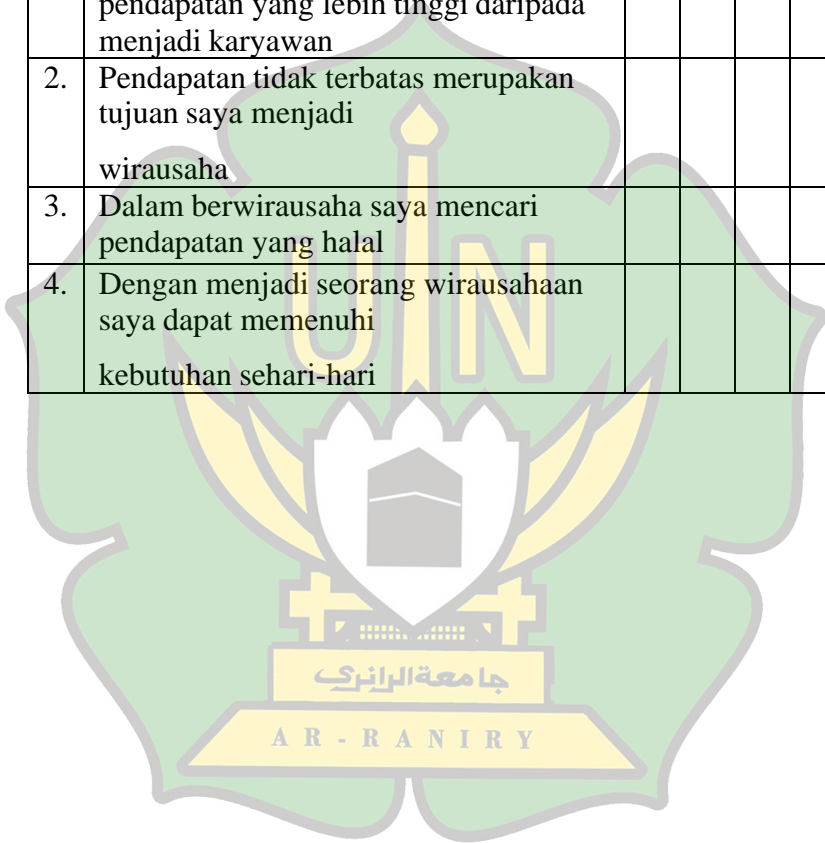
No	Keterangan	SS	S	TS	RR	STS
1	Saya yakin dan percaya diri bahwa saya mampu berwirausaha					
2	Saya berorientasi pada tugas dan hasil dalam berwirausaha					
3	Saya berani mengambil risiko dan menyukai tantangan dalam berwirausaha					
4	Saya mampu berinovatif dalam berwirausaha					
5	Saya memiliki jiwa kepemimpinan dan bias mengarahkan					

	orang lain						
6	Saya berorientasi pada masa depan dalam berwirausaha						
7	Saya memiliki ketakwaan terhadap Allah SWT						
8	Saya mengutamakan kejujuran dalam berwirausaha						
9	Saya memprioritaskan konsep halal dalam berwirausaha						
10	Saya mampu mengambil keputusan dan memimpin dalam suatu usaha						



4. Ekspetasi Pendapatan (Y)

No	Keterangan	SS	S	T S	R R	ST S
1.	Dengan menjadi seorang wirausahaan saya akan mendapatkan pendapatan yang lebih tinggi daripada menjadi karyawan					
2.	Pendapatan tidak terbatas merupakan tujuan saya menjadi wirausaha					
3.	Dalam berwirausaha saya mencari pendapatan yang halal					
4.	Dengan menjadi seorang wirausahaan saya dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari					



Lampiran 2 Tabulasi Data

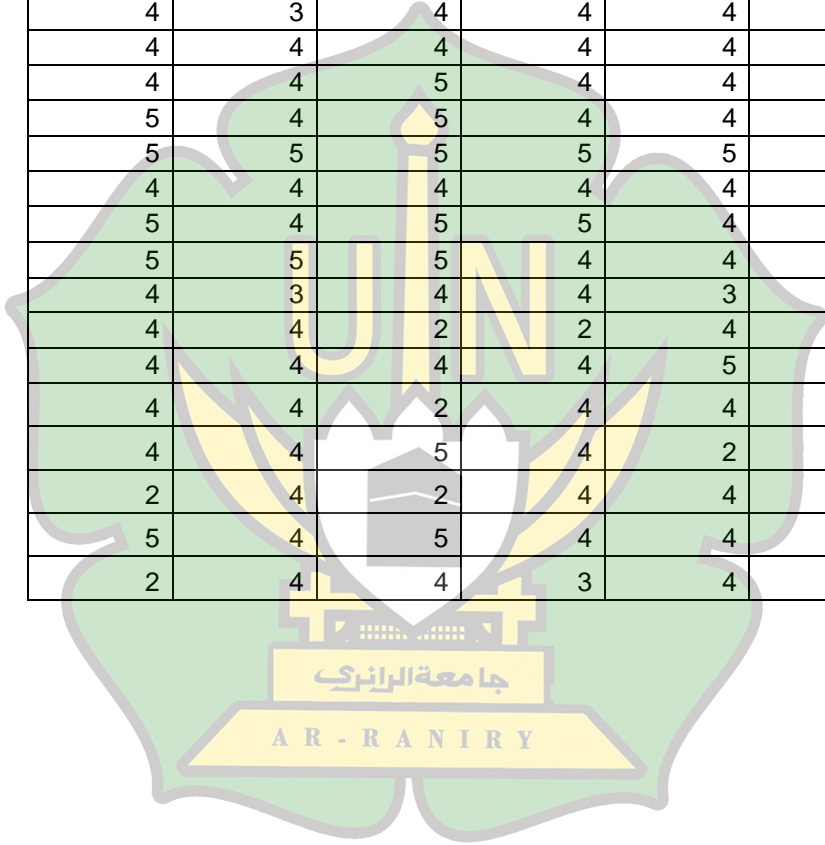
Jawaban Pertanyaan 91

Responden E-commerce (X1)

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Total
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	2	4	4	4	18
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
5	4	4	4	4	21
4	4	4	4	4	20
4	5	5	5	4	23
5	4	5	4	5	23
4	4	4	4	4	20
5	4	4	5	4	22
4	3	4	4	4	19
5	5	5	5	4	24
4	4	4	2	2	16
5	5	2	5	5	22
5	4	4	4	4	21
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
5	4	5	4	5	23
4	4	4	4	4	20
5	5	4	5	5	24
4	4	4	4	4	20
5	4	5	5	5	24
4	4	5	4	4	21
3	4	4	3	3	17
4	4	4	4	4	20
4	4	2	4	4	18
4	4	4	4	4	20

5	5	5	5	4	24
4	5	4	4	4	21
3	4	5	4	4	20
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
4	4	5	4	4	21
4	4	4	5	5	22
1	4	4	4	4	17
4	4	3	3	4	18
4	4	4	4	4	20
5	5	4	5	5	24
5	5	2	5	5	22
4	4	4	3	4	19
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
5	5	2	5	5	22
4	4	2	4	5	19
5	5	4	5	5	24
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
3	4	4	4	4	19
4	4	4	4	4	20
5	5	4	4	5	23
5	5	5	5	5	25
4	5	4	4	5	22
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	2	4	4	18
4	4	4	4	4	20
4	4	5	4	5	22
5	5	5	4	4	23
5	4	5	5	5	24
5	4	4	4	5	22
4	4	4	4	4	20
5	5	2	4	5	21
5	5	5	5	5	25
5	5	5	4	4	23
5	4	5	5	5	24
4	4	4	4	4	20

4	4	4	4	4	20
5	4	5	5	5	24
4	4	4	3	4	19
4	5	4	4	4	21
5	5	5	5	5	25
5	4	5	2	5	21
5	5	5	5	5	25
4	3	4	4	4	19
4	4	4	4	4	20
4	4	5	4	4	21
5	4	5	4	4	22
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
5	4	5	5	4	23
5	5	5	4	4	23
4	3	4	4	3	18
4	4	2	2	4	16
4	4	4	4	5	21
4	4	2	4	4	18
4	4	5	4	2	19
2	4	2	4	4	16
5	4	5	4	4	22
2	4	4	3	4	17



Kepribadian (X2)

X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	Total
4	2	4	4	4	4	2	4	4	4	36
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
2	4	2	4	2	4	2	4	4	4	32
4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	38
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	44
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	2	5	4	5	5	2	5	5	5	43
5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	45
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	41
5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	45
3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	33
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	38
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49
4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	40
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	35
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	1	4	4	5	5	5	4	40
4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	45
5	5	4	4	4	2	5	5	5	1	40
4	4	3	5	4	4	5	5	5	4	43
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
1	2	2	4	4	4	2	4	4	4	31
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	3	3	4	5	5	5	3	40
5	5	5	5	5	5	2	5	4	4	45
4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	44
4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	44
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	47
5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	48

5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	45
4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	38
4	4	4	4	3	4	4	5	5	4	41
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	48
5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	45
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
3	5	4	4	4	5	5	5	5	5	45
4	4	3	4	4	4	5	4	5	3	40
5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	44



5	5	5	2	5	5	4	5	5	5	46
5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	33
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	45
5	5	2	5	5	2	5	5	4	5	43
4	4	5	4	4	5	5	1	5	4	41
5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	48
4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	43
4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	38
4	4	4	4	3	3	5	4	4	4	39
5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	47
5	4	4	5	5	2	5	2	5	5	42
3	5	5	4	4	4	5	5	4	5	44
4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	47
4	4	3	4	3	4	4	4	5	3	38
5	5	3	4	3	4	5	5	5	5	44
5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	48
5	5	5	2	5	5	5	5	4	4	45
5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	46
5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	46
4	4	3	4	4	4	4	5	5	4	41
5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	48
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	48
5	4	2	4	4	5	5	2	5	5	41
5	5	2	5	5	5	5	5	4	5	46
4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	42
4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	38
4	4	5	3	3	4	4	5	5	4	41
4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	38
4	4	4	3	4	4	5	5	5	5	43
4	4	3	5	4	5	5	5	5	4	44
3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	40
5	5	4	3	3	4	4	4	4	4	40
5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	48
4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	40

5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	47
5	2	4	4	2	2	5	4	4	4	36
2	5	4	4	2	4	2	4	4	2	33
4	4	2	4	2	4	4	2	2	4	32
4	2	5	2	2	5	4	2	4	4	34
4	2	5	2	4	5	2	4	5	2	35

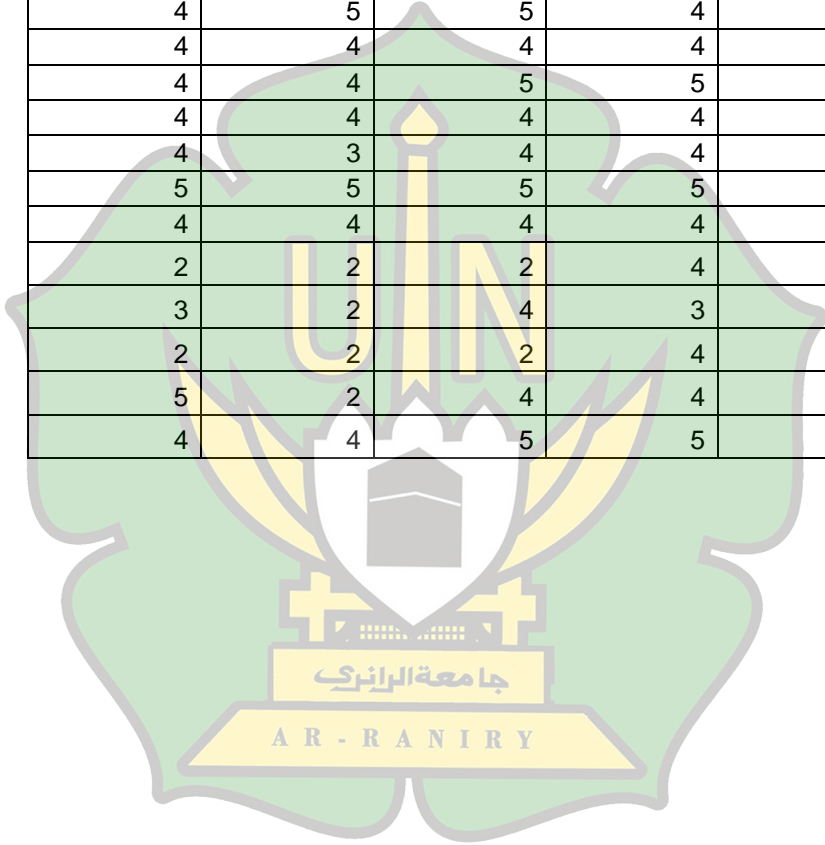


Ekspektasi Pendapatan (X3)

X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	Total
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
5	4	5	5	19
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
5	5	2	5	17
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
4	3	4	4	15
4	5	5	5	19
5	5	4	5	19
5	4	5	5	19
4	3	5	4	16
4	4	4	4	16
5	4	5	4	18
4	4	5	4	16
4	4	5	5	18
4	5	5	4	18
2	4	4	3	13
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	5	5	5	19
5	5	2	5	17
5	5	5	5	20
5	4	4	4	17
4	4	4	4	16

4	4	5	5	18
3	3	5	5	16
5	5	5	5	20
4	2	5	4	15
4	4	4	4	16
3	3	4	4	14
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
5	5	5	4	19
4	3	4	4	15
5	5	5	5	20
3	4	5	5	17
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
5	3	5	3	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	3	5	4	16
5	5	5	5	20
4	3	5	5	17
5	5	5	4	19
5	3	5	4	17
4	4	4	4	16
3	4	4	4	15
2	4	5	4	15
5	5	5	5	20
4	5	5	5	19
5	4	5	4	18
3	4	5	5	17
3	2	5	4	14
5	5	5	5	20
5	4	5	5	19
5	5	5	5	20
4	4	5	5	18
5	4	4	4	17
5	5	5	5	20
2	2	4	4	12

4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	3	5	4	16
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
4	5	5	4	18
4	4	4	4	16
4	4	5	5	18
4	4	4	4	16
4	3	4	4	15
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
2	2	2	4	10
3	2	4	3	12
2	2	2	4	10
5	2	4	4	15
4	4	5	5	18



Minat Berwirausaha (Y)

Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Total
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
4	4	4	4	4	2	2	2	4	4	4	38
4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	42
4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	42
4	4	3	4	3	4	5	4	4	4	5	44
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	53
5	2	5	5	5	4	4	4	4	3	3	44
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	51
4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	40
2	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	49
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	43
5	5	5	5	4	5	5	5	2	5	5	51
4	4	4	4	4	5	5	5	4	3	4	46
5	5	5	2	5	4	5	4	5	5	5	50
5	4	4	5	5	2	5	5	4	5	5	49
5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	53
3	3	4	5	3	3	5	4	4	4	5	43
4	4	5	4	4	4	4	2	4	4	4	43
4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	49
4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	48
4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	48
4	4	4	4	4	3	5	2	5	5	5	45
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	2	43
4	4	4	3	4	3	4	4	5	4	5	44
5	5	5	2	5	2	5	4	5	5	5	48
5	5	4	5	5	4	4	4	3	4	4	47
4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	47
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
4	4	5	4	4	5	5	2	5	5	5	48
5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	52

5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	53
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	43
4	4	3	3	4	2	5	2	5	4	3	39
5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	47
5	5	4	5	5	5	5	2	5	5	5	51
4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	50
4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	44
4	4	5	5	4	4	4	5	5	3	5	48
4	3	4	4	3	4	5	4	5	4	1	41
5	5	5	4	5	5	5	5	2	5	5	51
4	4	5	5	4	4	2	4	5	4	4	45
5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	53
5	4	5	4	4	4	5	5	2	5	5	48
4	3	3	3	4	3	5	5	3	4	4	41
4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	44
4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	47
4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	50
5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	53
4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	50
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	54
4	3	5	4	4	4	5	4	5	4	4	46
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
3	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	46
5	2	5	5	5	5	4	5	4	5	5	50
5	5	5	4	4	5	2	4	5	5	5	49
5	3	4	4	4	4	5	5	5	5	5	49
5	4	5	3	3	4	5	5	5	5	5	49
5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	47
5	5	5	4	4	4	5	5	2	5	5	49
4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	52
5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	53
5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	52
5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	51
4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	42
5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	52
4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	47
4	5	4	4	4	2	4	4	4	4	4	43
5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	53
5	4	4	5	4	4	5	2	5	2	5	45

5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	49
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	42
5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	50
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	45
5	3	4	3	4	3	4	4	4	4	5	43
4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	50
4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	44
5	4	5	5	4	3	5	5	4	4	5	49
5	5	4	4	3	5	5	5	4	5	4	49
4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	47
4	5	5	2	4	4	5	4	5	5	3	46
4	2	4	4	2	5	4	4	2	5	2	38
4	4	4	3	2	4	4	4	4	2	2	37
4	4	4	4	2	4	2	2	4	4	4	38
5	4	4	2	2	4	4	4	2	4	4	39
4	5	5	4	4	5	2	4	2	2	5	42



Lampiran 3 Karakteristik Responden

Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah
Laki-laki	45
Perempuan	46
Jumlah	91

Tahun Angkatan

Tahun Angkatan	Jumlah
2019	46
2020	45

Program Studi

Program Studi	Jumlah
Ekonomi Syariah	30
Ilmu Ekonomi	30
Perbankan Syariah	31
Jumlah	91

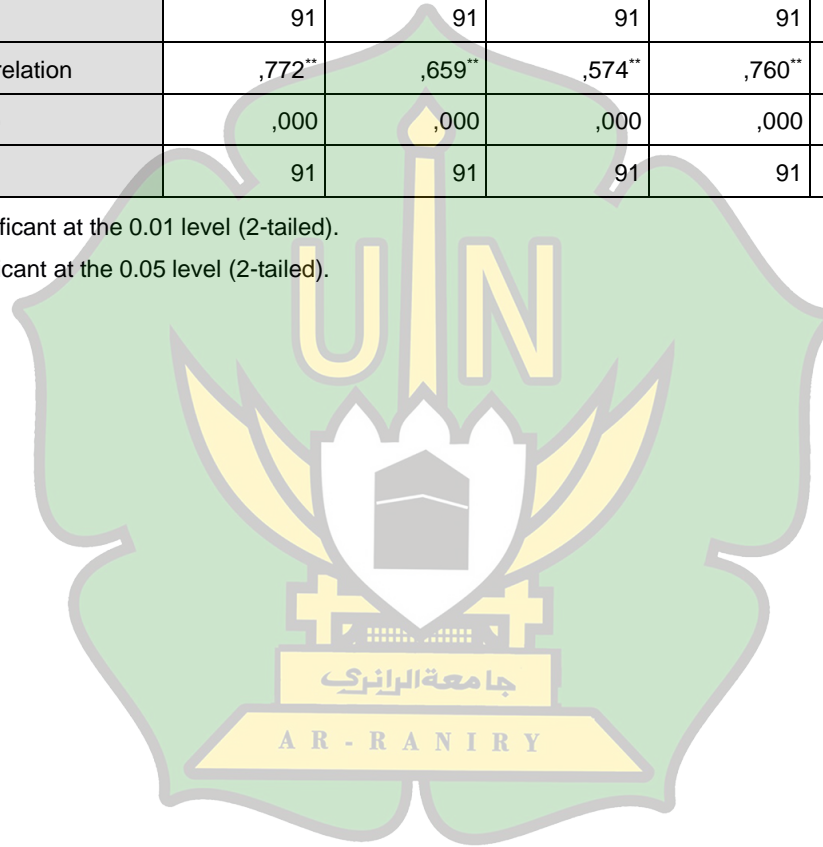
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas E-commerce

		Correlations					
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1
X1.1	Pearson Correlation	1	,439**	,282**	,461**	,479**	,772**
	Sig. (2-tailed)		,000	,007	,000	,000	,000
	N	91	91	91	91	91	91
X1.2	Pearson Correlation	,439**	1	,118	,451**	,446**	,659**
	Sig. (2-tailed)	,000		,266	,000	,000	,000
	N	91	91	91	91	91	91
X1.3	Pearson Correlation	,282**	,118	1	,245*	,060	,574**
	Sig. (2-tailed)	,007	,266		,019	,571	,000
	N	91	91	91	91	91	91
X1.4	Pearson Correlation	,461**	,451**	,245*	1	,534**	,760**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,019		,000	,000
	N	91	91	91	91	91	91
X1.5	Pearson Correlation	,479**	,446**	,060	,534**	1	,685**

	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,571	,000		,000
	N	91	91	91	91	91	91
X1	Pearson Correlation	,772**	,659**	,574**	,760**	,685**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	91	91	91	91	91	91

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

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



Kepribadian (X2)

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2
X2.1	Pearson Correlation	1	,388**	,378**	,199	,462**	,201	,472**	,220*	,339**	,433**	,702**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,059	,000	,056	,000	,036	,001	,000	,000
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
X2.2	Pearson Correlation	,388**	1	,187	,292**	,383**	,161	,472**	,372**	,225*	,346**	,662**
	Sig. (2-tailed)	,000		,075	,005	,000	,126	,000	,000	,032	,001	,000
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
X2.3	Pearson Correlation	,378**	,187	1	-,063	,323**	,334**	,124	,198	,370**	,193	,518**
	Sig. (2-tailed)	,000	,075		,552	,002	,001	,240	,060	,000	,066	,000
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
X2.4	Pearson Correlation	,199	,292**	-,063	1	,262*	,031	,155	,135	,141	,320**	,435**
	Sig. (2-tailed)	,059	,005	,552		,012	,770	,144	,202	,182	,002	,000
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
X2.5	Pearson Correlation	,462**	,383**	,323**	,262*	1	,273**	,270**	,341**	,353**	,435**	,698**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,002	,012		,009	,010	,001	,001	,000	,000

	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
X2.6	Pearson Correlation	,201	,161	,334**	,031	,273**	1	-,010	,124	,256*	,338**	,455**
	Sig. (2-tailed)	,056	,126	,001	,770	,009		,927	,240	,014	,001	,000
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
X2.7	Pearson Correlation	,472**	,472**	,124	,155	,270**	-,010	1	,159	,384**	,377**	,586**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,240	,144	,010	,927		,132	,000	,000	,000
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
X2.8	Pearson Correlation	,220*	,372**	,198	,135	,341**	,124	,159	1	,417**	,192	,534**
	Sig. (2-tailed)	,036	,000	,060	,202	,001	,240	,132		,000	,069	,000
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
X2.9	Pearson Correlation	,339**	,225*	,370**	,141	,353**	,256*	,384**	,417**	1	,245*	,608**

جامعة الرانيري

AR - RANIRY

	Sig. (2-tailed)	,001	,032	,000	,182	,001	,014	,000	,000		,019	,000
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
X2.10	Pearson Correlation	,433**	,346**	,193	,320**	,435**	,338**	,377**	,192	,245*	1	,665**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,066	,002	,000	,001	,000	,069	,019		,000
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
X2	Pearson Correlation	,702**	,662**	,518**	,435**	,698**	,455**	,586**	,534**	,608**	,665**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91

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

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

جامعة الرانيري

AR - RANIRY

Ekspektasi Pendapatan (X3)

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.4	X3.5	X3
X3.1	Pearson Correlation	1	,603**	,362**	,457**	,811**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	91	91	91	91	91
X3.2	Pearson Correlation	,603**	1	,307**	,587**	,839**
	Sig. (2-tailed)	,000		,003	,000	,000
	N	91	91	91	91	91
X3.4	Pearson Correlation	,362**	,307**	1	,389**	,655**
	Sig. (2-tailed)	,000	,003		,000	,000
	N	91	91	91	91	91
X3.5	Pearson Correlation	,457**	,587**	,389**	1	,753**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	91	91	91	91	91
X3	Pearson Correlation	,811**	,839**	,655**	,753**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	91	91	91	91	91

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

Minat Berwirausaha (Y)

Correlations

		Y 1	Y 2	Y 3	Y 4	Y 5	Y 6	Y 7	Y 8	Y 9	Y1 0	Y1 1	Y
Y1	Pearson Correlation	1	,221*	,176	,204	,250*	,142	,183	,193	,037	,316**	,320**	,508*
	Sig. (2-tailed)		,035	,095	,053	,017	,179	,083	,067	,728	,002	,002	,000
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
Y2	Pearson Correlation	,221*	1	,318**	,062	,304**	,121	,060	,150	,099	,248*	,383**	,517*
	Sig. (2-tailed)	,035		,002	,561	,003	,252	,573	,155	,351	,018	,000	,000
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
Y3	Pearson Correlation	,176	,318**	1	,250*	,317**	,288**	,045	,349**	,102	,272**	,316**	,579*
	Sig. (2-tailed)	,095	,002		,017	,002	,006	,668	,001	,335	,009	,002	,000
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
Y4	Pearson Correlation	,204	,062	,250*	1	,264*	,242*	,060	,173	,101	,097	,271**	,491*

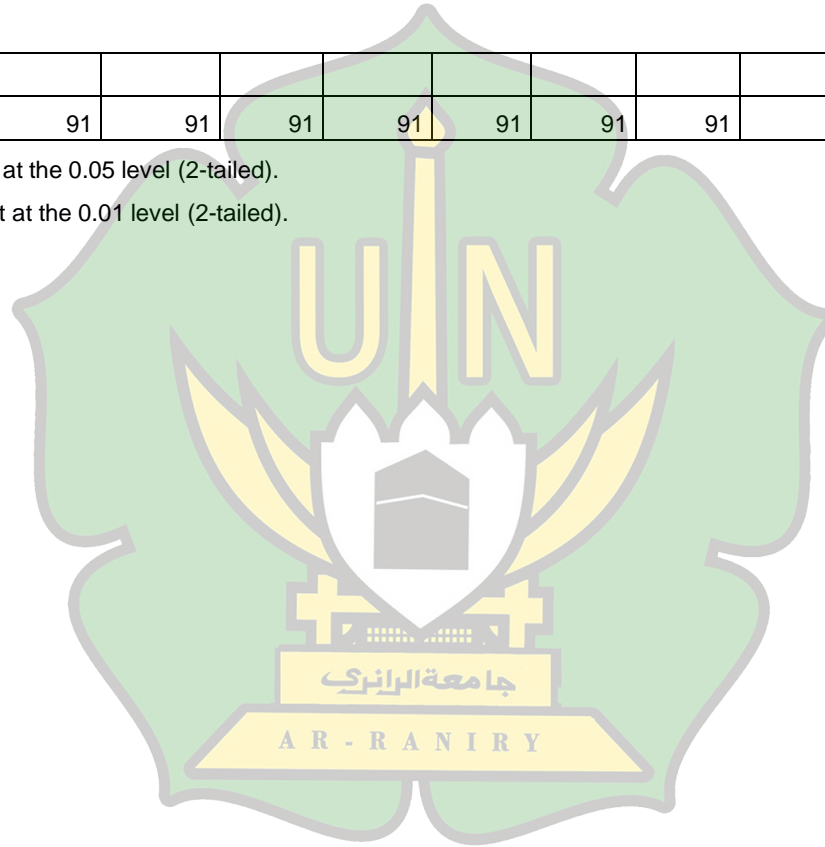
	n												
	Sig. (2-tailed)	,053	,561	,017		,012	,021	,572	,101	,339	,363	,009	,000
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
Y5	Pearson Correlation	,250*	,304**	,317**	,264*	1	,000	,163	,158	,254*	,306**	,450**	,600*
	Sig. (2-tailed)	,017	,003	,002	,012	1,000	,123	,135	,015	,003	,000	,000	,000
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
Y6	Pearson Correlation	,142	,121	,288**	,242*	,000	1	,155	,144	-,079	,164	,104	,409*
	Sig. (2-tailed)	,179	,252	,006	,021	1,000	,143	,175	,457	,120	,328	,000	,000
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
Y7	Pearson Correlation	,183	,060	,045	,060	,163	,155	1	,233*	,149	,334**	,180	,470*
	Sig. (2-tailed)	,083	,573	,668	,572	,123	,143	,026	,158	,001	,088	,000	,000
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
Y8	Pearson Correlation	,193	,150	,349**	,173	,158	,144	,233*	1	-,173	,219*	,206*	,474*

	Sig. (2-tailed)	,067	,155	,001	,101	,135	,175	,026		,100	,037	,050	,000
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
Y9	Pearson Correlation	,037	,099	,102	,101	,254*	-,079	,149	-,173	1	,170	,158	,337*
	Sig. (2-tailed)	,728	,351	,335	,339	,015	,457	,158	,100		,108	,136	,001
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
Y10	Pearson Correlation	,316**	,248*	,272**	,097	,306**	,164	,334**	,219*	,170	1	,408**	,614*
	Sig. (2-tailed)	,002	,018	,009	,363	,003	,120	,001	,037	,108		,000	,000
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
Y11	Pearson Correlation	,320**	,383**	,316**	,271**	,450**	,104	,180	,206*	,158	,408**	1	,671*
	Sig. (2-tailed)	,002	,000	,002	,009	,000	,328	,088	,050	,136	,000		,000
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
Y	Pearson Correlation	,508**	,517**	,579**	,491**	,600**	,409**	,470**	,474**	,337**	,614**	,671**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,001	,000	,000	

tailed)													
N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91

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

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



Lampiran 5 Uji Reliabilitas E-commerce

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	91	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	91	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,703	5

Kepribadian

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	91	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	91	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,782	10

Ekspektasi Pendapatan

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	91	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	91	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,757	4

Minat Berwirausaha

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	91	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	91	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,711	11

Lampiran 6 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardize dResidual
N		91
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,33537485
Most Extreme Differences	Absolute	,061
	Positive	,061
	Negative	-,041
Test Statistic		,061
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction.
- This is a lower bound of the true significance.

Lampiran 7 Uji Multikolinearitas

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
	1	Ekspektasi Pendapatan, E-Commerce, Kepribadian ^b	

- Dependent Variable: Minat Berwirausaha
- All requested variables entered.

Coefficientsa

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	11,666	2,647		4,408	,000		
	E-Commerce	,263	,128	,152	2,058	,043	,672	1,487
	Kepribadian	,549	,073	,593	7,529	,000	,588	1,701
	Ekspektasi Pendapatan	,367	,142	,203	2,582	,012	,590	1,696

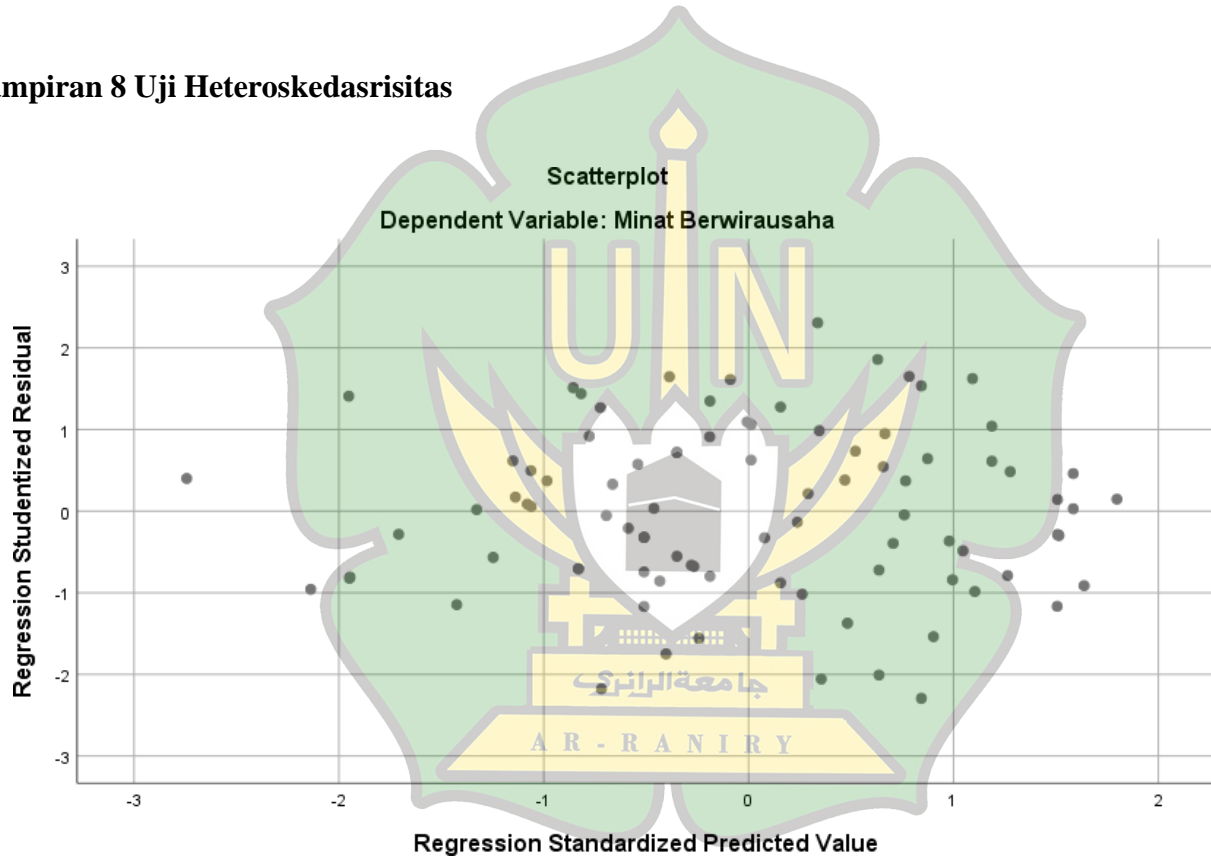
a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions			
				(Constant)	E-Commerce	Kepribadian	Ekspektasi Pendapatan
1	1	3,980	1,000	,00	,00	,00	,00
	2	,009	21,149	,35	,04	,00	,70
	3	,006	25,364	,29	,96	,08	,02
	4	,005	28,738	,36	,00	,92	,28

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

Lampiran 8 Uji Heteroskedasrisitas



Lampiran 9 Uji Regresi Linear Berganda dan Uji T

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Ekspektasi Pendapatan, E-Commerce, Kepribadian ^b		Enter

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,847 ^a	,718	,708	2,337

a. Predictors: (Constant), Ekspektasi Pendapatan, E-Commerce,

Kepribadian

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1206,808	3	402,269	73,656	,000 ^b
	Residual	475,148	87	5,461		
	Total	1681,956	90			

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

b. Predictors: (Constant), Ekspektasi Pendapatan, E-Commerce, Kepribadian

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9,412	2,595		3,627	,000
	E-Commerce	,265	,126	,148	2,112	,038
	Kepribadian	,593	,072	,612	8,227	,000
	Ekspektasi Pendapatan	,392	,140	,208	2,798	,006

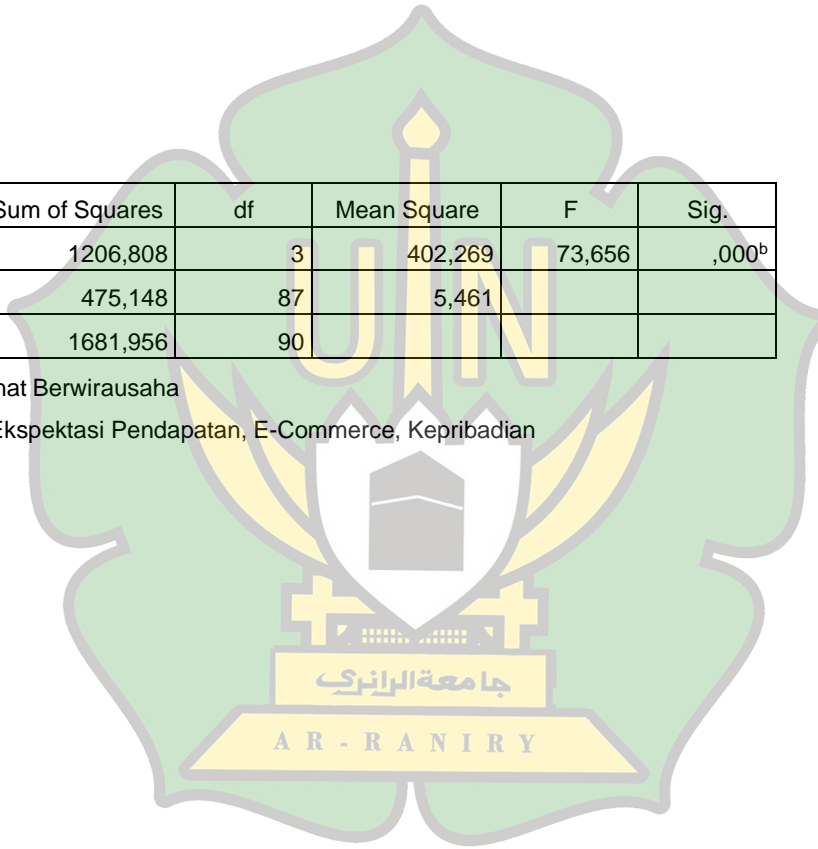
a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

Lampiran 10 Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1206,808	3	402,269	73,656	,000 ^b
	Residual	475,148	87	5,461		
	Total	1681,956	90			

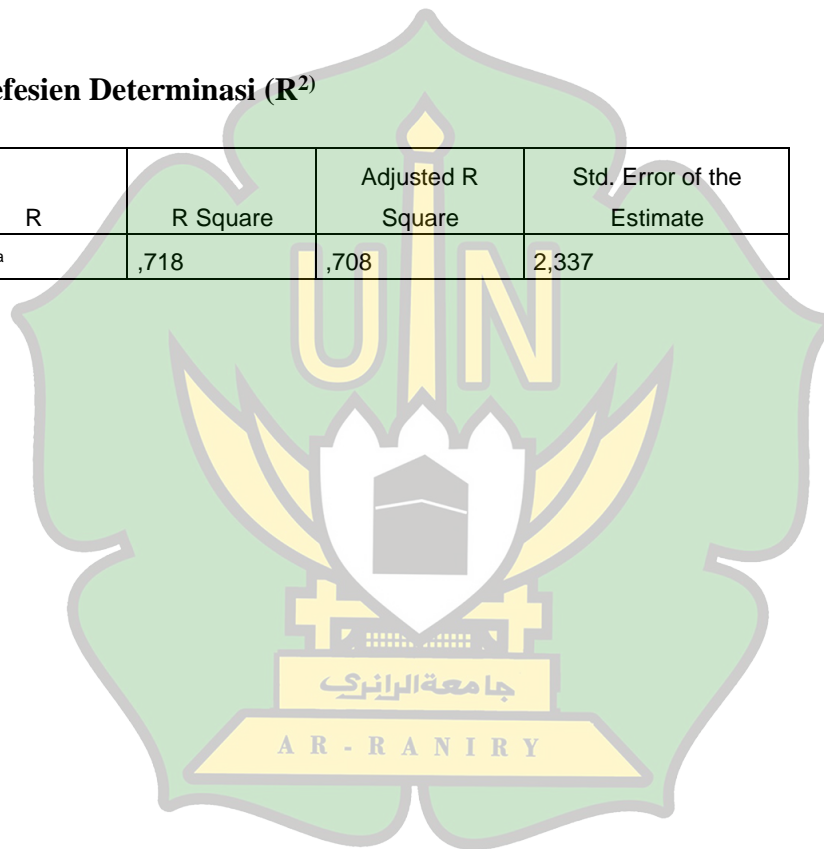
a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

b. Predictors: (Constant), Ekspektasi Pendapatan, E-Commerce, Kepribadian



Lampiran 11 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,847 ^a	,718	,708	2,337

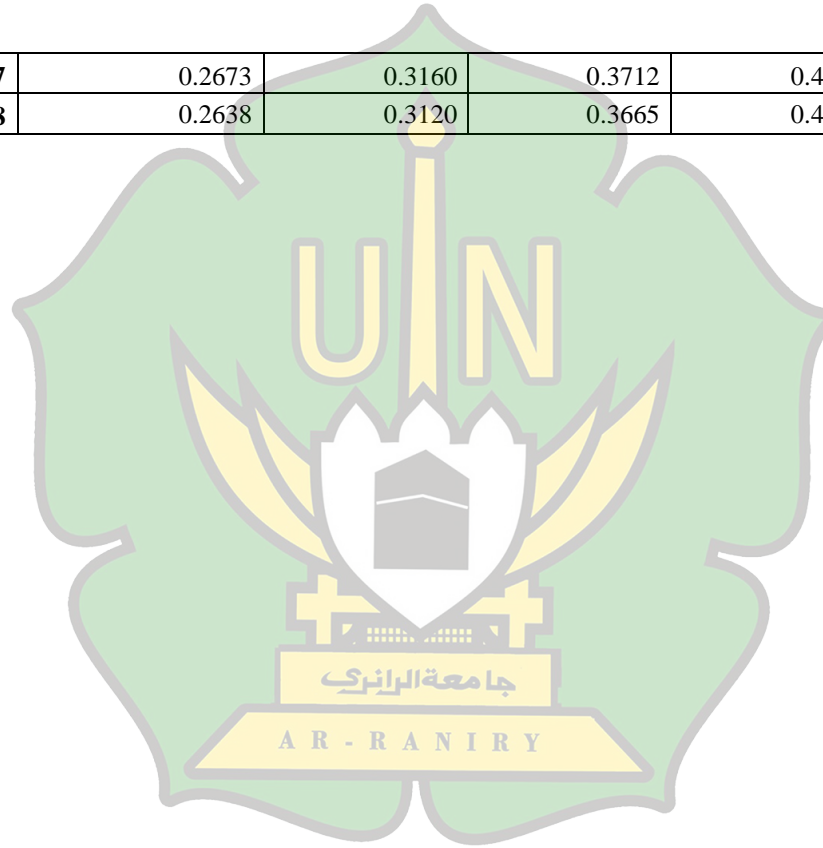


Lampiran 12 R-Tabel

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

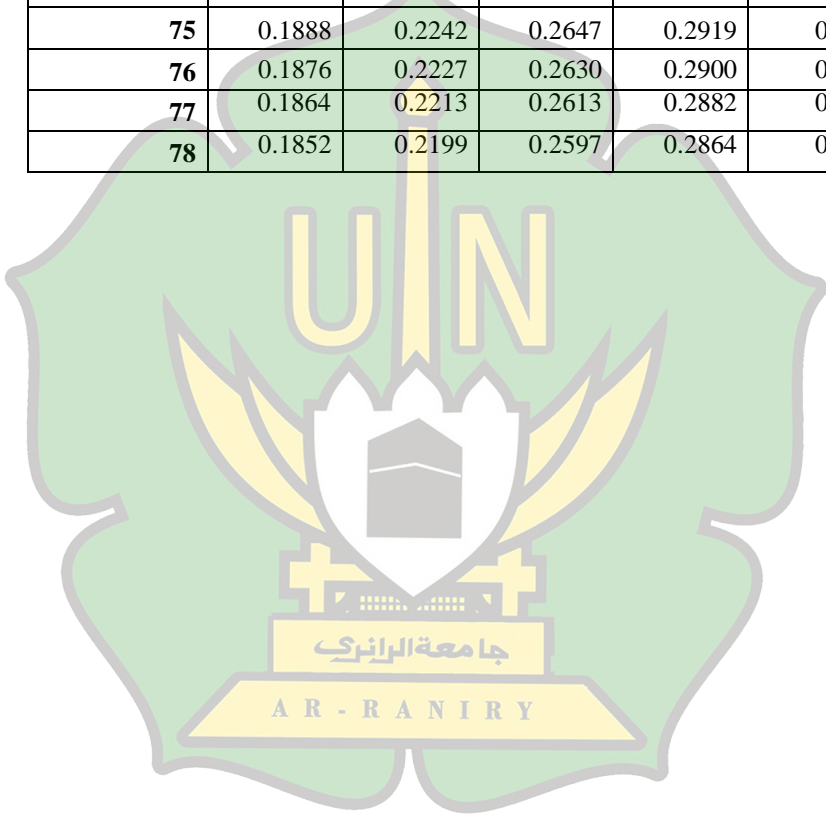
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
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
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



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
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	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
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



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
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
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

Lampiran T-Tabel

Tabel uji T-Tabel

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
1	1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2	0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3	0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4	0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5	0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6	0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7	0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8	0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9	0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10	0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11	0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12	0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13	0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14	0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15	0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16	0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17	0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18	0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19	0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20	0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21	0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22	0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23	0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24	0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25	0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26	0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27	0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28	0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29	0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30	0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518
31	0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32	0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33	0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
34	0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35	0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
36	0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262
37	0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563
38	0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903
39	0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279
40	0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

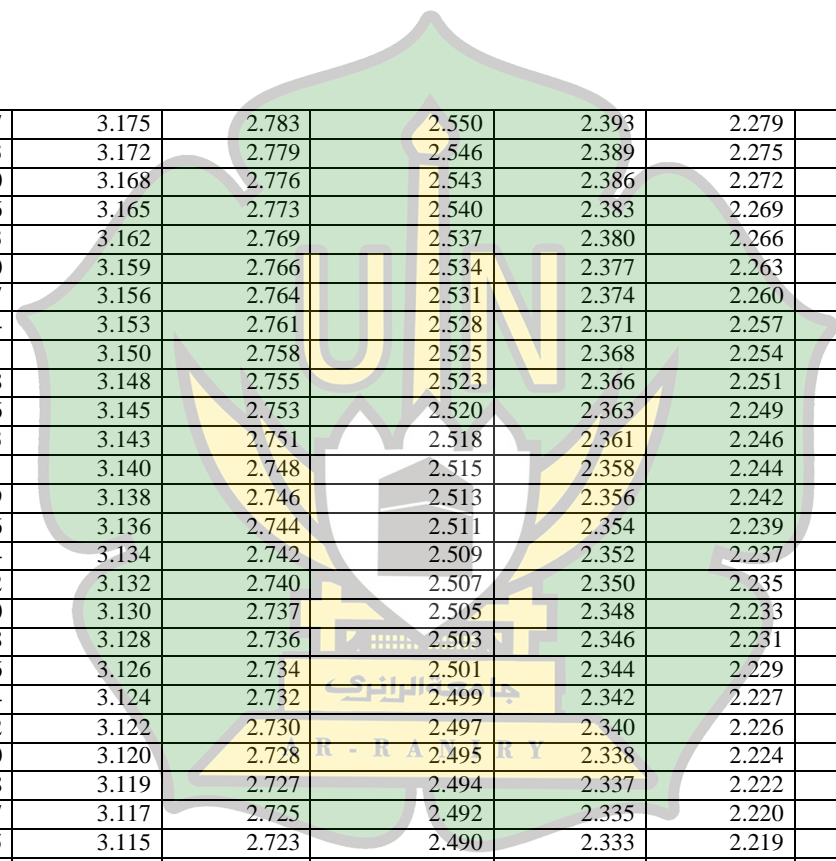


Lampiran 14 F Tabel

Tabel Uji F

$\alpha = 0,05$	$df_1=(k-1)$							
$df_2=(n-k-1)$	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
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

جامعة الرانري

A R - R A N I R Y