

BAB V

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menganalisis pengaruh ekspektasi pendapatan terhadap minat berwirausaha mahasiswa yang dimediasi oleh *e-commerce*. Informasi dikumpulkan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Akuntansi S1 Universitas Jambi. Pada bab ini akan dibahas mengenai data dan hasil pengujian hipotesis. Pembahasan diawali dengan gambaran umum responden, hasil statistic deskriptif dilanjutkan dengan hasil analisis data.

5.1. Gambaran Umum Responden

Metode pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner melalui *google form*. Responden yang didapat ialah sebanyak 104 responden yang berminat untuk berwirausaha. Berikut ini merupakan gambaran umum responden berdasarkan hasil penyebaran kuesioner yang dilakukan:

1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Data mengenai responden berdasarkan jenis kelamin adalah sebagai berikut.

Tabel 5.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-Laki	24	23%
Perempuan	80	77%
Total	104	100%

Sumber: Data Primer, 2023 (data diolah)

Berdasarkan tabel tersebut menunjukkan bahwa jumlah responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 24 orang atau sebesar 23% sedangkan responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 80 orang atau sebesar 77%.

2. Responden Berdasarkan Usia

Data mengenai responden berdasarkan usia adalah sebagai berikut.

Tabel 5.2 Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase
21 tahun	17	16%
22 tahun	85	82%
23 tahun	2	2%
Total	104	100%

Sumber: Data Primer, 2023 (data diolah)

Berdasarkan tabel tersebut menunjukkan bahwa jumlah responden berusia 21 tahun sebanyak 17 orang atau sebesar 16%, responden berusia 22 tahun sebanyak 85 orang atau sebesar 82%, dan responden berusia 23 tahun sebanyak 2 orang atau sebesar 2%.

3. Responden Berdasarkan Penggunaan *E-commerce*

Data mengenai responden berdasarkan penggunaan *e-commerce* adalah sebagai berikut.

Tabel 5.3 Responden Berdasarkan Penggunaan *E-commerce*

Menggunakan <i>E-commerce</i>	Jumlah	Persentase
Pernah	100	96%
Tidak Pernah	4	4%
Total	104	100%

Sumber: Data Primer, 2023 (data diolah)

Berdasarkan tabel tersebut menunjukkan bahwa jumlah responden yang pernah menggunakan *e-commerce* sebanyak 100 orang atau sebesar 96%, responden yang tidak pernah menggunakan *e-commerce* sebanyak 4 orang atau sebesar 4%.

4. Responden Berdasarkan *E-commerce* yang Sering Digunakan

Data mengenai responden berdasarkan *e-commerce* yang sering digunakan adalah sebagai berikut.

Tabel 5.4 Responden Berdasarkan *E-commerce* yang Sering Digunakan

<i>E-commerce</i> Yang Sering Digunakan	Jumlah	Persentase
Shopee	75	75%
Tokopedia	7	7%
Lazada	4	4%
TikTok Shop	12	12%
Lainnya	2	2%
Total	104	100%

Sumber: Data Primer, 2023 (data diolah)

Berdasarkan tabel tersebut menunjukkan bahwa jumlah responden yang menggunakan Shopee sebanyak 75 orang atau sebesar 75%, responden yang menggunakan Tokopedia sebanyak 7 orang atau sebesar 7%, responden yang menggunakan Lazada sebanyak 4 orang atau sebesar 4%, responden yang menggunakan TikTok Shop sebanyak 12 orang atau sebesar 12%, dan responden yang menggunakan *e-commerce* lainnya sebanyak 2 orang atau sebesar 2%.

5.2. Analisis Deskriptif

Deskriptif Menurut Sugiyono, (2018) statistik deskriptif dapat digunakan apabila ingin mendeskripsikan data sampel. Statistik deskriptif bertujuan untuk menganalisis data berdasarkan pada hasil yang diperoleh dari jawaban-jawaban responden terhadap masing-masing indikator pengukuran variabel. Berikut ini merupakan pengkategorian untuk mengetahui bagaimana kondisi dan tingkat kesesuaian pada masing-masing variabel tersebut dimana jumlah keseluruhan responden adalah 104 orang dan skala pengukuran tertinggi adalah 5 sedangkan nilai skala pengukuran terendah adalah 1.

1. Ekspektasi Pendapatan

Berikut ini merupakan deskripsi atau penyajian data dari penelitian variabel ekspektasi pendapatan yang dirangkum dalam tabel 5.5 adalah sebagai berikut.

Tabel 5.5 Tanggapan Responden Terkait Ekspektasi Pendapatan

No	Pernyataan	Tanggapan Responden					Total Skor	Keterangan
		STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)		
1	Dengan menjadi seorang wirausahawan, saya akan memperoleh pendapatan yang lebih besar daripada menjadi karyawan	0	3	40	32	29	399	Tinggi
2	Pendapatan yang tinggi merupakan motivasi saya untuk menjadi wirausahawan	2	3	12	38	49	441	Sangat Tinggi
3	Dengan berwirausaha saya akan memperoleh pendapatan yang tidak terbatas	0	2	31	53	18	399	Tinggi
4	Pendapatan yang tidak	3	17	23	49	12	362	Tinggi

	terbatas merupakan motivasi saya untuk berwirausaha							
Jumlah							1601	Tinggi
Rata-Rata Keseluruhan							400,25	

Sumber: Data Primer, 2023 (data diolah)

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa rata-rata keseluruhan dari variabel ekspektasi pendapatan memiliki skor 400,25 yang berarti termasuk kategori tinggi. Untuk pertanyaan dengan skor tertinggi pada pernyataan “Pendapatan yang tinggi merupakan motivasi saya untuk menjadi wirausahawan” dengan skor 441 atau masuk kategori sangat tinggi. Sedangkan untuk skor terendah pada pernyataan “Pendapatan yang tidak terbatas merupakan motivasi saya untuk berwirausaha” dengan skor 362 atau masuk kategori tinggi. Hal ini mengindikasikan bahwa para mahasiswa memiliki harapan yang positif terhadap potensi pendapatan yang bisa mereka dapatkan melalui berwirausaha. Ekspektasi ini dapat berperan penting dalam memotivasi mahasiswa untuk berwirausaha dan mengembangkan bisnis mereka sendiri.

2. *E-commerce*

Berikut ini merupakan deskripsi atau penyajian data dari penelitian variabel *e-commerce* yang dirangkum dalam tabel 5.6 adalah sebagai berikut.

Tabel 5.6 Tanggapan Responden Terkait *E-commerce*

No	Pernyataan	Tanggapan Responden					Total Skor	Keterangan
		STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)		
1	Saya merasa kegiatan <i>e-commerce</i> dapat diakses dengan mudah dan tidak dibatasi ruang dan waktu	0	0	12	41	51	455	Sangat Berperan
2	Saya merasa bahwa penggunaan <i>e-commerce</i> mudah dipahami dan dapat dilakukan	1	2	29	51	21	401	Berperan

	semua orang untuk berwirausaha							
3	Sebagai calon penjual saya mengetahui proses transaksi melalui <i>e-commerce</i> sangat mudah untuk dilakukan	1	1	37	24	41	415	Berperan
4	Saya yakin dengan kemudahan transaksi melalui <i>e-commerce</i> dapat meningkatkan efektivitas dalam kegiatan usaha	1	6	19	48	30	412	Berperan
5	Saya yakin dengan menggunakan <i>e-commerce</i> dapat meminimalisasi modal yang perlu dikeluarkan untuk memulai bisnis	1	2	38	38	25	396	Berperan
6	Saya tidak memerlukan banyak pengeluaran dana untuk berinteraksi dengan <i>e-commerce</i>	1	4	33	36	30	402	Berperan
7	Saya merasa dalam bertransaksi menggunakan <i>e-commerce</i> memiliki kemampuan untuk mengamankan	0	3	27	47	27	410	Berperan

	transaksi yang berlangsung							
8	Saya yakin bahwa dalam penggunaan <i>e-commerce</i> privasi antara penjual dan pembeli akan terjaga	0	2	33	33	36	415	Berperan
9	Saya yakin dengan menggunakan <i>e-commerce</i> proses pelayanan dapat dilakukan dengan mudah dan cepat	0	2	37	27	38	413	Berperan
10	Saya yakin dengan penggunaan <i>e-commerce</i> dapat memberikan informasi atas produk secara detail hanya dalam waktu yang singkat	0	0	21	36	47	442	Sangat Berperan
Jumlah							4161	Berperan
Rata-Rata Keseluruhan							416	

Sumber: Data Primer, 2023 (data diolah)

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa rata-rata keseluruhan dari variabel *e-commerce* memiliki skor rata-rata keseluruhan 416 yang berarti termasuk kategori berperan. Untuk pertanyaan dengan skor tertinggi pada pernyataan “Saya merasa kegiatan *e-commerce* dapat diakses dengan mudah dan tidak dibatasi ruang dan waktu” dengan skor 455 atau masuk kategori sangat berperan. Sedangkan untuk skor terendah pada pernyataan “Saya yakin dengan menggunakan *e-commerce* dapat meminimalisasi modal yang perlu dikeluarkan untuk memulai bisnis” dengan skor 396 atau masuk kategori berperan. Para mahasiswa telah mengetahui *e-commerce* dapat menunjang aktivitas kewirausahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa *e-commerce* memiliki peran dalam meningkatkan minat mahasiswa untuk berwirausaha.

3. Minat Berwirausaha

Berikut ini merupakan deskripsi atau penyajian data dari penelitian variabel minat berwirausaha yang dirangkum dalam tabel 5.7 adalah sebagai berikut.

Tabel 5.7 Tanggapan Responden Terkait Minat Berwirausaha

No	Pernyataan	Tanggapan Responden					Total Skor	Keterangan
		STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)		
1	Saya mempunyai kemauan keras berwirausaha untuk memenuhi kebutuhan hidup	4	1	24	54	21	399	Tinggi
2	Saya bertekad berwirausaha agar dalam mencapai tujuan saya, saya tidak membebankan orang tua saya	1	2	3	74	24	430	Tinggi
3	Saya memiliki dorongan pribadi yang kuat dan kebutuhan untuk maju	4	1	26	55	18	394	Tinggi
4	Saya yakin akan kekuatan diri saya untuk berwirausaha	0	2	33	53	16	395	Tinggi
5	Saya memiliki dan menjunjung tinggi sikap jujur dalam berwirausaha	3	2	2	47	50	451	Sangat Tinggi
6	Saya memiliki dan menjunjung tinggi sikap tanggung jawab dalam berwirausaha	2	3	3	29	67	467	Sangat Tinggi
7	Saya memiliki ketahanan fisik	4	1	28	58	13	387	Tinggi

	dan mental yang kuat dalam menjalankan wirausaha							
8	Saya memiliki sifat tekun dan ulet dalam bekerja/berwirausaha	4	1	22	55	22	402	Tinggi
9	Saya memiliki pemikiran dan ide-ide kreatif untuk membantu usaha tetap bersaing	1	3	14	47	39	432	Tinggi
10	Saya memiliki pemikiran konstruktif sebagai self-management dalam berwirausaha	2	2	18	64	18	405	Tinggi
11	Saya selalu berorientasi ke masa depan dalam merencanakan sesuatu	3	2	9	56	34	428	Tinggi
12	Saya berani mengambil resiko dalam berwirausaha	3	19	46	22	14	337	Cukup
Jumlah							4927	Tinggi
Rata-Rata Keseluruhan							410,58	

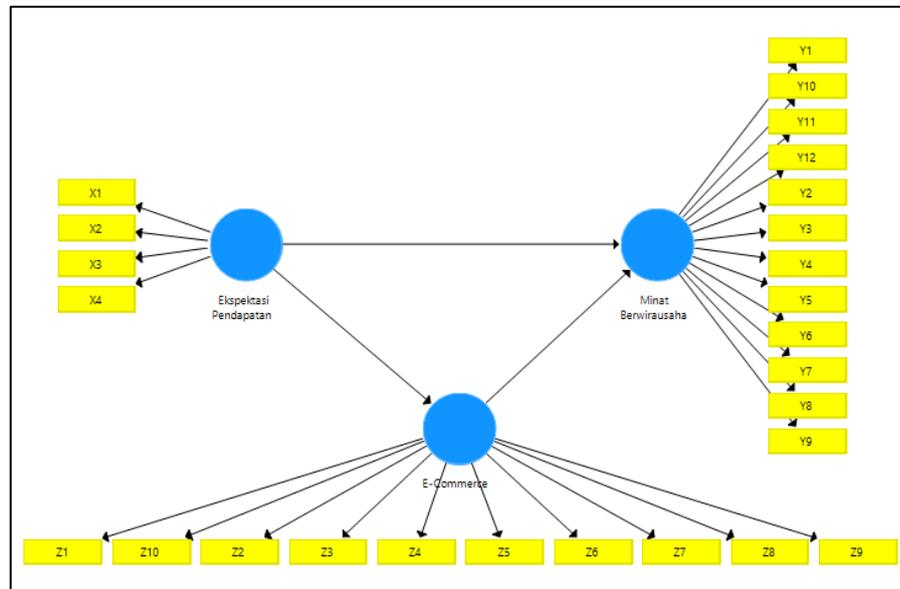
Sumber: Data Primer, 2023 (data diolah)

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa rata-rata keseluruhan dari variabel minat berwirausaha memiliki skor rata-rata keseluruhan 410,58 yang berarti termasuk kategori tinggi. Untuk pertanyaan dengan skor tertinggi pada pernyataan “Saya memiliki dan menjunjung tinggi sikap tanggung jawab dalam berwirausaha” dengan skor 467 atau masuk kategori sangat tinggi. Sedangkan untuk skor terendah pada pernyataan “Saya berani mengambil resiko dalam berwirausaha” dengan skor 337 atau masuk kategori cukup. Respon mahasiswa terhadap minat berwirausaha sudah sangat bagus dan ini merupakan indikator positif bahwa banyak dari mereka tertarik untuk berwirausaha.

5.3. Pengujian Data dan Model Penelitian

Adapun bentuk diagram jalur perancangan outer model dan inner model dalam penelitian ini digambarkan seperti berikut:

Gambar 5.1 Outer Model dan Inner Model



Sumber: Pengolahan data dengan PLS, 2023

Evaluasi model PLS dilakukan dengan mengevaluasi *outer model* dan *inner model*. *Outer model* merupakan model pengukuran untuk menilai validitas dan reabilitas model. Sedangkan *inner model* merupakan model struktural untuk memprediksi hubungan kausalitas antar variabel laten. Adapun kriteria dalam pengukuran teknik analisa data dengan *SmartPLS3* dalam menilai *outer model* yakni dengan melihat validitas konvergen, validitas diskriminan, *composite reliability* dan *cronbach's alpha*. Sedangkan untuk *inner model* melalui proses *bootstrapping*, parameter uji *T-statistic* diperoleh untuk memprediksi adanya hubungan kausalitas (Abdillah & Jogiyanto, 2015).

5.3.1. Evaluasi Model

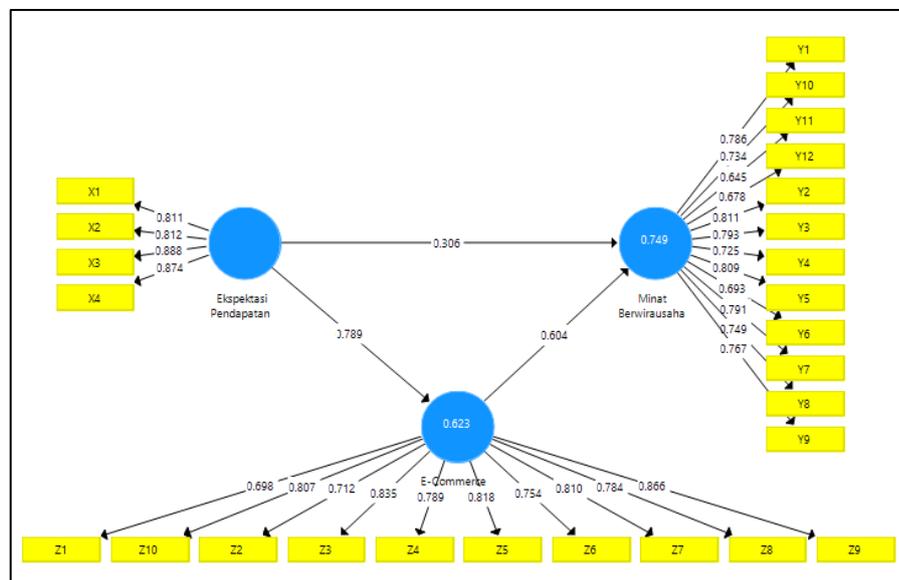
1. Menilai Outer Model atau Measurement Model (Model Pengukuran)

Adapun kriteria dalam penggunaan teknik analisa data dengan *SmartPLS3* dalam menilai outer model yakni dengan melihat *convergent validity*, *discriminant validity*, *composite reliability* dan *cronbach's alpha*.

a. Convergent Validity

Uji validitas konvergen dalam PLS dengan indikator reflektif dinilai berdasarkan *loading factor* indikator-indikator yang mengukur konstruk tersebut (Abdillah & Jogiyanto, 2015). Nilai *loading factor* dikatakan tinggi jika berkorelasi lebih dari 0,70 dengan konstruk yang diukur dan biasanya penelitiannya bersifat *confirmatory*. Namun menurut Chin, (1998) nilai *loading factor* antara 0,5 sampai 0,6 dianggap cukup memadai untuk penelitian tahap awal dari pengembangan skala pengukuran (Ghozali, 2015). Pada penelitian ini akan digunakan batas *loading factor* sebesar 0,70.

Gambar 5.2 Outer Model



Sumber: Pengolahan data dengan PLS, 2023

Berikut ini merupakan tabel *outer loading* hasil kalkulasi algoritma untuk outer model:

Tabel 5.8 Outer Model

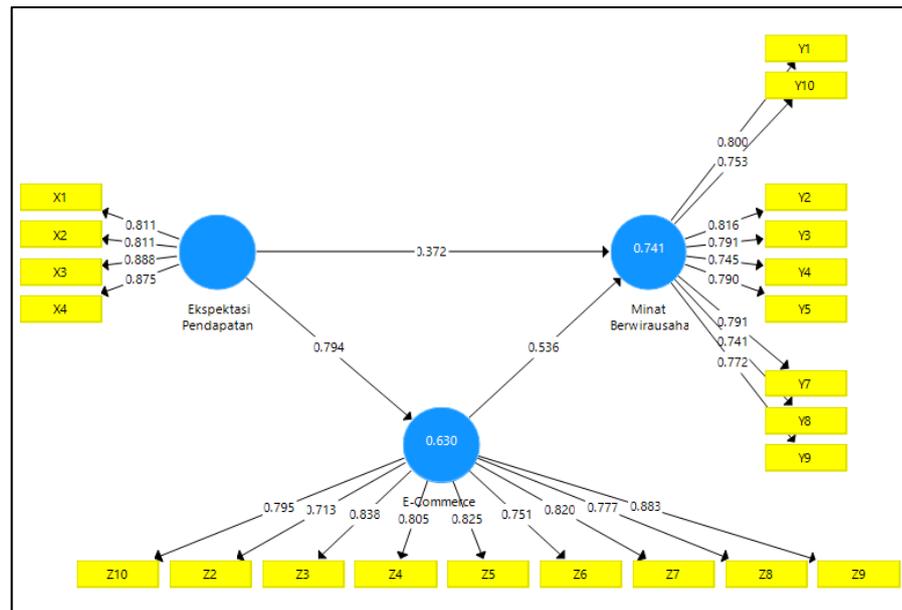
Variabel	Indikator	Nilai Outer Loading	Keterangan
Ekspektasi Pendapatan (X)	X.1	0.811	Valid
	X.2	0.812	Valid
	X.3	0.888	Valid
	X.4	0.874	Valid
Minat Berwirausaha (Y)	Y.1	0.786	Valid
	Y.2	0.811	Valid
	Y.3	0.793	Valid
	Y.4	0.725	Valid

	Y.5	0.809	Valid
	Y.6	0.693	Tidak Valid
	Y.7	0.791	Valid
	Y.8	0.749	Valid
	Y.9	0.767	Valid
	Y.10	0.734	Valid
	Y.11	0.645	Tidak Valid
	Y.12	0.678	Tidak Valid
<i>E-commerce</i> (Z)	Z.1	0.698	Tidak Valid
	Z.2	0.712	Valid
	Z.3	0.835	Valid
	Z.4	0.789	Valid
	Z.5	0.818	Valid
	Z.6	0.754	Valid
	Z.7	0.810	Valid
	Z.8	0.784	Valid
	Z.9	0.866	Valid
	Z.10	0.807	Valid

Sumber: Pengolahan data dengan PLS, 2023

Pada tabel 5.8 dapat dilihat hasil pengolahan data dengan menggunakan *SmartPLS*. Pada awalnya nilai *outer model* atau korelasi antara konstruk dengan variabel belum memenuhi uji validitas konvergen karena masih terdapat indikator yang memiliki nilai *loading factor* dibawah 0,70. Dengan demikian nilai *loading factor* yang berada dibawah 0,70 dihapus karena tidak sesuai dengan kriteria validitas. Selanjutnya setelah dilakukan penghapusan indikator yang dianggap tidak valid kemudian dilakukan kalkulasi ulang. Adapun gambar model setelah dilakukan kalkulasi ulang sebagai berikut:

Gambar 5.3 Outer Model Setelah Dikalkulasi Ulang



Sumber: Pengolahan data dengan PLS, 2023

Pada gambar 5.3 menunjukkan bahwa variabel *e-commerce* memiliki koefisien regresi atau sensitivitas yang lebih tinggi pada minat berwirausaha dibandingkan dengan variabel ekspektasi pendapatan, yang memiliki tingkat sensitivitas sebesar 0,536, dan variabel ekspektasi pendapatan sebesar 0,372. Hal ini memperlihatkan bahwa setiap perubahan dalam variabel *e-commerce* akan berdampak pada variabel minat berwirausaha. Selain itu, beberapa indikator dihilangkan dari model, sehingga hanya indikator yang memiliki nilai yang valid yang tersisa. Adapun tabel outer loading hasil dari kalkulasi ulang untuk outer model adalah sebagai berikut:

Tabel 5.9 Outer Model Setelah Dikalkulasi Ulang

Variabel	Indikator	Nilai Outer Loading	Keterangan
Ekspektasi Pendapatan (X)	X.1	0,811	Valid
	X.2	0,811	Valid
	X.3	0,888	Valid
	X.4	0,875	Valid
Minat Berwirausaha (Y)	Y.1	0,800	Valid
	Y.2	0,816	Valid
	Y.3	0,791	Valid
	Y.4	0,745	Valid
	Y.5	0,790	Valid
	Y.7	0,791	Valid

	Y.8	0,741	Valid
	Y.9	0,772	Valid
	Y.10	0,753	Valid
<i>E-commerce</i> (Z)	Z.2	0,713	Valid
	Z.3	0,838	Valid
	Z.4	0,805	Valid
	Z.5	0,825	Valid
	Z.6	0,751	Valid
	Z.7	0,820	Valid
	Z.8	0,777	Valid
	Z.9	0,883	Valid
	Z.10	0,795	Valid

Sumber: Pengolahan data dengan PLS, 2023

Setelah dilakukan kalkulasi ulang *outer model* pada tabel 5.9 menunjukkan bahwa semua *loading factor* untuk tiap-tiap indikator memiliki nilai diatas 0,70. Dengan demikian konstruk untuk masing-masing variabel sudah tidak ada lagi yang dihapuskan dari model.

b. Discriminant Validity

Satu metode untuk menilai *discriminant validity* adalah dengan mengamati nilai cross-loading dari konstruk, yakni apabila nilai *cross loading* > 0,70 dalam satu variabel. Jika akar AVE (*Average Variance Extracted*) dari setiap konstruk lebih besar daripada korelasi antar konstruk, maka model memiliki *discriminant validity* yang memadai (Abdillah dan Jogiyanto, 2015). Adapun hasil pengujian *discriminant validity* adalah sebagai berikut:

Tabel 5.10 Nilai *Discriminant Validity* (*Cross Loading*)

	Ekspektasi Pendapatan (X)	Minat Berwirausaha (Y)	E-Commerce (Z)
X.1	0,811	0,681	0,689
X.2	0,811	0,682	0,609
X.3	0,888	0,689	0,697
X.4	0,875	0,645	0,689
Y.1	0,662	0,800	0,576
Y.2	0,546	0,816	0,721
Y.3	0,517	0,791	0,585
Y.4	0,773	0,745	0,694
Y.5	0,495	0,790	0,601
Y.7	0,650	0,791	0,528
Y.8	0,476	0,741	0,601
Y.9	0,678	0,772	0,687
Y.10	0,695	0,753	0,754
Z.2	0,667	0,708	0,713
Z.3	0,701	0,672	0,838
Z.4	0,560	0,589	0,805
Z.5	0,672	0,643	0,825
Z.6	0,455	0,663	0,751
Z.7	0,630	0,688	0,820
Z.8	0,614	0,672	0,777
Z.9	0,730	0,666	0,883
Z.10	0,651	0,683	0,795

Sumber: Pengolahan data dengan PLS, 2023

Berdasarkan sajian data pada tabel 5.10 di atas dapat diketahui bahwa masing-masing indikator pada variabel penelitian memiliki nilai *cross loading* terbesar pada variabel yang dibentuknya, dibandingkan dengan nilai *cross loading* pada variabel lainnya. Berdasarkan hasil yang diperoleh tersebut, dapat dinyatakan bahwa indikator-indikator yang digunakan dalam penelitian ini telah memiliki *discriminant validity* yang baik dalam menyusun variabelnya masing-masing.

c. *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha*

Dalam mengukur konsistensi internal alat ukur pada PLS dilakukan dengan menggunakan uji reliabilitas. Dimana uji reliabilitas dalam PLS dapat dilakukan dengan dua metode yakni *cronbach's alpha* dan *composite reliability* (Abdillah & jogiyanto, 2015). Pada pengujian reliabilitas menunjukkan ketepatan, konsistensi suatu alat ukur dalam melakukan pengukuran, dimana reliabilitas akan mengacu pada instrumen yang dianggap dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik. Instrumen yang

dapat dipercaya atau reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya pula (Hartono, 2019). Ghozali (2015) lebih menyarankan dalam menguji reliabilitas suatu konstruk dengan menggunakan *composite reliability*, hal ini dilakukan karena penggunaan *cronbach's alpha* untuk menguji reliabilitas konstruk akan memberikan nilai yang lebih rendah atau *under estimate*. Menurut Hair et.al pada Abdillah dan Jogiyanto, (2015) nilai *composite reliability* harus lebih besar dari 0,70 dan dapat dikatakan memiliki reliabilitas yang tinggi. Berikut disajikan nilai *composite reliability* untuk masing-masing variabel:

Tabel 5.11 Composite Reliability

Variabel	Composite Reliability
Ekspektasi Pendapatan (X)	0,910
Minat Berwirausaha (Y)	0,932
E-commerce (Z)	0,942

Sumber: Pengolahan data dengan PLS, 2023

Berdasarkan tabel 5.11 dapat disimpulkan bahwa konstruk telah memenuhi kriteria reliabel, hal ini dibuktikan dengan nilai *composite reliability* > 0,70. Berikut disajikan nilai *cronbach's alpha* untuk masing-masing variabel:

Tabel 5.12 Cronbach's Alpha

Variabel	Cronbach's Alpha
Ekspektasi Pendapatan (X)	0,868
Minat Berwirausaha (Y)	0,919
E-commerce (Z)	0,930

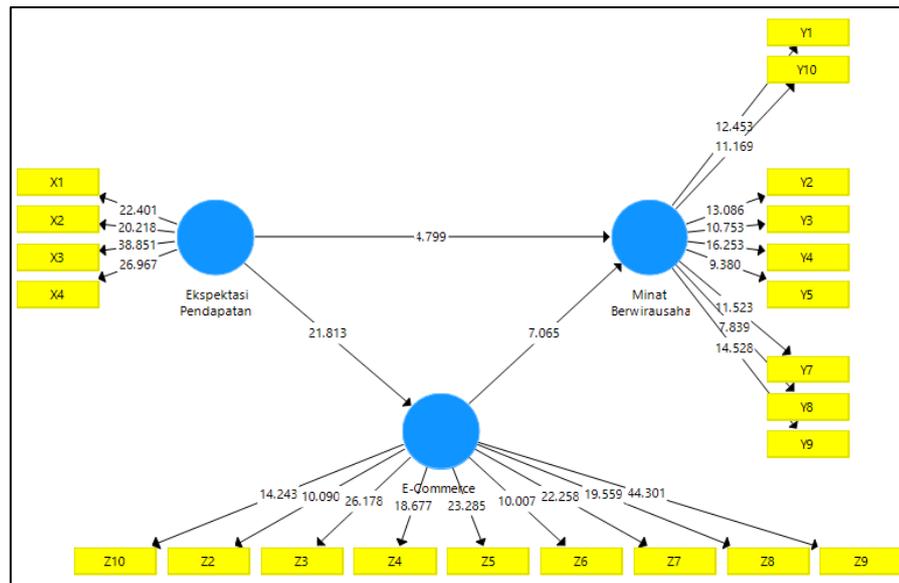
Sumber: Pengolahan data dengan PLS, 2023

Berdasarkan tabel 5.12 dapat disimpulkan bahwa semua konstruk telah memenuhi kriteria reliabel, hal ini dibuktikan dengan nilai *cronbach's alpha* > 0,70.

2. Pengujian *inner model* (model struktural)

Inner model atau model struktural dalam PLS dilihat berdasarkan *R-Square*. Dimana nilai *R-Square* digunakan untuk mengukur tingkat variasi perubahan variabel independen terhadap variabel dependen. Semakin tinggi nilai *R-Square* maka semakin baik model prediksi dari model penelitian yang diajukan. Pengujian *inner model* dilakukan dengan uji *bootstrapping* (Abdillah & Jogiyanto, 2015). Berikut disajikan hasil pengujian *inner model* melalui uji *bootstrapping*:

Gambar 5.4 Inner Model



Sumber: Pengolahan data dengan PLS, 2023

Inner model struktural dievaluasi dengan menggunakan *R-Square* dan nilai *path coefficient* atau *t-values* tiap *path* untuk signifikansi dalam pengujian hipotesis (Abdillah & Jogiyanto, 2015). Pada gambar 5.4 dapat dijelaskan bahwa nilai *path coefficient* terbesar ditunjukkan dengan pengaruh ekspektasi pendapatan terhadap *e-commerce* sebesar 21,813, selanjutnya nilai *path coefficient* pengaruh *e-commerce* terhadap minat berwirausaha sebesar 7,065, dan nilai *path coefficient* terkecil ditunjukkan dengan pengaruh ekspektasi pendapatan terhadap minat berwirausaha sebesar 4,799. Selain itu, variabel yang digunakan dalam model ini bernilai positif dimana semakin besar nilai *path coefficient* pada pada satu variabel independen terhadap variabel dependen, maka semakin besar pengaruh antar variabel independen terhadap variabel dependen.

Dalam menilai *inner model* dengan menggunakan PLS dapat dilakukan dengan melihat *R-Square* untuk konstruk dependen. Hasil estimasi *R-Square* dengan *SmartPLS3* ditampilkan pada tabel 5.13.

Tabel 5.13 *R-Square*

Variabel	<i>R-Square</i>
Minat Berwirausaha (Y)	0,741
<i>E-commerce</i> (Z)	0,630

Sumber: Pengolahan data dengan PLS, 2023

Pada dasarnya penelitian ini melibatkan satu variabel independen yaitu Ekspektasi Pendapatan (X), satu variabel dependen yaitu Minat Berwirausaha (Y), dan satu variabel mediasi yaitu *E-commerce* (Z). Nilai *R-Square* yang diperoleh setelah dilakukan pengujian akan digunakan untuk mengukur tingkat variasi perubahan variabel independen terhadap variabel dependen. Dari hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa semakin tinggi nilai *R-Square* maka semakin baik model prediksi dari model penelitian yang diajukan.

Pada penelitian ini diperoleh nilai *R-square* sebesar 0,741 atau 74% dan 0,630 atau 63%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variasi perubahan variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen adalah sebesar 74% dan variabel mediasi sebesar 63%, sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain diluar model yang diajukan.

5.4. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung antara variabel satu dan variabel lainnya dari hipotesis yang telah ditentukan sebelumnya dengan menghitung *bootstrapping* dengan melihat nilai *path coefficient* dari masing-masing hipotesis dengan melihat nilai *T-Statistic*.

5.4.1. Pengujian Hipotesis Pengaruh Langsung

Analisis pengaruh langsung dilakukan dengan tujuan untuk menguji hipotesis dengan cara melihat nilai *T-Statistic* pada hasil pengujian *direct effect* untuk mengetahui pengaruh langsung suatu variabel yang mempengaruhi terhadap variabel yang dipengaruhi. Berikut disajikan tabel 5.14 yang memberikan hasil output pengujian.

Tabel 5.14 Path Coefficients Direct Effect

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics	P Values
<i>E-commerce</i> -> Minat Berwirausaha	0,536	0,538	0,076	7,065	0,000
Ekspektasi Pendapatan -> <i>E-commerce</i>	0,794	0,792	0,036	21,813	0,000
Ekspektasi Pendapatan -> Minat Berwirausaha	0,372	0,374	0,077	4,799	0,000

Sumber: Pengolahan data dengan PLS, 2023

Dari tabel 5.14 diperoleh hasil pengujian dengan metode *bootstrapping* menggunakan PLS dan didapatkan hasil uji hipotesis yakni:

1. Uji Hipotesis I Pengaruh Ekspektasi Pendapatan terhadap *E-commerce*

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa skala koefisien memiliki nilai positif sebesar 0,794 dan nilai *P-Values* yang menunjukkan pengaruh variabel ekspektasi pendapatan terhadap *e-commerce* adalah sebesar 0,000, dan nilai *T-Statistic* menunjukkan hasil positif sebesar 21,813. Hasil ini sesuai dengan aturan *rule of thumb* dimana nilai *P-Values* $0,000 < 0,05$ dan nilai *T-Statistic* $21,813 > 1,96$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa ekspektasi pendapatan berpengaruh positif signifikan terhadap *e-commerce*. Maka dapat dinyatakan bahwa hipotesis 1 dapat diterima dan H_0 ditolak karena nilai T hitung lebih besar dari 1,96 dan nilai *P-Values* kurang dari 0,05.

2. Uji Hipotesis II Pengaruh Ekspektasi Pendapatan terhadap Minat Berwirausaha

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa skala koefisien memiliki nilai positif sebesar 0,372 dan nilai *P-Values* yang menunjukkan pengaruh variabel ekspektasi pendapatan terhadap minat berwirausaha adalah sebesar 0,000, dan nilai *T-Statistic* menunjukkan hasil positif sebesar 4,799. Hasil ini sesuai dengan aturan *rule of thumb* dimana nilai *P-Values* $0,000 < 0,05$ dan nilai *T-Statistic* $4,799 > 1,96$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa ekspektasi pendapatan berpengaruh positif signifikan terhadap minat berwirausaha. Maka dapat dinyatakan bahwa hipotesis 2 dapat diterima dan H_0 ditolak karena nilai T hitung lebih besar dari 1,96 dan nilai *P-Values* kurang dari 0,05.

3. Uji Hipotesis III Pengaruh *E-commerce* terhadap Minat Berwirausaha

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa skala koefisien memiliki nilai positif sebesar 0,536 dan nilai *P-Values* yang menunjukkan pengaruh variabel *e-commerce* terhadap minat berwirausaha adalah sebesar 0,000, dan nilai *T-Statistic* menunjukkan hasil positif sebesar 7,065. Hasil ini sesuai dengan aturan *rule of thumb* dimana nilai *P-Values* $0,000 < 0,05$ dan nilai *T-Statistic* $7,065 > 1,96$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa *e-commerce* berpengaruh positif signifikan terhadap minat berwirausaha. Maka dapat dinyatakan bahwa hipotesis 3

dapat diterima dan H_0 ditolak karena nilai T hitung lebih besar dari 1,96 dan nilai *P-Values* kurang dari 0,05

5.4.2. Pengujian Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung

Analisis pengaruh tidak langsung untuk menilai hipotesis yang memediasi antar variabel yang dilakukan dengan penilaian *indirect effect*. Berikut disajikan tabel 5.15 yang memberikan hasil output pengujian.

Tabel 5.15 Path Coefficient Indirect Effect

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics	P Values
Ekspektasi Pendapatan -> <i>E-commerce</i> -> Minat Berwirausaha	0,425	0,435	0,074	5,783	0,000

Sumber: Pengolahan data dengan PLS, 2023

Uji Hipotesis IV Pengaruh Ekspektasi Pendapatan Terhadap Minat Berwirausaha Yang Dimediasi *E-commerce*

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa skala koefisien memiliki nilai positif sebesar 0,425 dan nilai *P-Values* yang menunjukkan pengaruh variabel ekspektasi pendapatan terhadap minat berwirausaha yang dimediasi *e-commerce* adalah sebesar 0,000, dan nilai *T-Statistic* menunjukkan hasil positif sebesar 5,783. Hasil ini sesuai dengan aturan *rule of thumb* dimana nilai *P-Values* $0,000 < 0,05$ dan nilai *T-Statistic* $5,783 > 1,96$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa ekspektasi pendapatan berpengaruh positif signifikan terhadap minat berwirausaha melalui mediasi *e-commerce*. Maka dapat dinyatakan bahwa hipotesis 4 dapat diterima dan H_0 ditolak karena nilai T hitung lebih besar dari 1,96 dan nilai *P-Values* kurang dari 0,05.

5.5. Pembahasan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh ekspektasi pendapatan terhadap minat berwirausaha yang dimediasi oleh *e-commerce*. Berdasarkan pengujian hipotesis diperoleh hasil bahwa ekspektasi pendapatan berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha melalui mediasi *e-commerce*. Adapun pembahasan dari hasil analisis yang dilakukan menggunakan *SmartPLS3* yakni:

1. Gambaran Variabel Ekspektasi Pendapatan, Minat Berwirausaha, dan *E-commerce*

Variabel ekspektasi pendapatan pada penelitian ini mengindikasikan bahwa para mahasiswa memiliki harapan yang positif terhadap potensi pendapatan yang bisa mereka dapatkan melalui berwirausaha. Ekspektasi ini dapat berperan penting dalam memotivasi mahasiswa untuk berwirausaha dan mengembangkan bisnis mereka sendiri. Hal ini dibuktikan dengan skor rata-rata keseluruhan dari variabel ekspektasi pendapatan sebesar 400,25 yang berarti termasuk kategori tinggi.

Variabel *e-commerce* pada penelitian ini menunjukkan bahwa para mahasiswa telah mengetahui peran *e-commerce* dapat menunjang aktivitas kewirausahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa *e-commerce* memiliki peran dalam meningkatkan minat mahasiswa untuk berwirausaha. Terbukti dengan skor rata-rata keseluruhan dari variabel *e-commerce* sebesar 416 yang berarti termasuk kategori berperan.

Variabel minat berwirausaha pada penelitian ini menunjukkan respon mahasiswa terhadap minat berwirausaha sudah sangat bagus dan ini merupakan indikator positif bahwa banyak dari mereka tertarik untuk berwirausaha. Hal ini dibuktikan dengan skor rata-rata keseluruhan dari variabel minat berwirausaha sebesar 410,58 yang berarti termasuk kategori tinggi.

2. Pengaruh Ekspektasi Pendapatan terhadap *E-commerce*

Ekspektasi Pendapatan merupakan variabel bebas yang diteliti dan diuji pada penelitian ini. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa Ekspektasi Pendapatan (X) berdampak positif signifikan terhadap *E-commerce* (Z). Ini ditunjukkan oleh koefisien jalur bertanda positif sebesar 0,794, nilai (T-kritis) $21,813 > 1,96$, dan nilai P-penelitian $0,000 < 0,05$.

Ekspektasi pendapatan adalah jumlah yang diantisipasi seseorang untuk diterima sebagai hasil usaha mereka di dunia bisnis atau di tempat kerja. Menjadi entrepreneur memiliki keuntungan yang luar biasa (Zimmerer et al., 2008). Pemanfaatan *e-commerce* bagi pelaku usaha menjadi salah satu bentuk pengembangan usaha yang ditandai dengan meningkatnya jumlah penjualan, keuntungan maupun penyerapan tenaga kerja dalam suatu industri. Andini et al.,

(2021) menyebutkan bahwa pelaku usaha yang menggunakan *e-commerce* dalam aktivitas usahanya menjadi salah satu bentuk upaya untuk mendorong peningkatan pendapatan yang semakin bertambah seiring dengan peningkatan pengguna *e-commerce* di Indonesia.

Pengaruh ekspektasi pendapatan terhadap *e-commerce* memiliki nilai *path coefficient* tertinggi dalam variabel, yaitu sebesar 0,794, yang artinya ekspektasi pendapatan mempengaruhi *e-commerce*. Berdasarkan hasil tanggapan responden terhadap variabel ekspektasi pendapatan, banyak mahasiswa yang memiliki ekspektasi pendapatan yang tinggi sebagai motivasi untuk berwirausaha. Dengan ekspektasi pendapatan yang tinggi mahasiswa dapat menggunakan *e-commerce* dalam kegiatan wirausahanya. *E-commerce* memberikan kesempatan bagi pengusaha dan usaha kecil untuk memasuki pasar tanpa biaya yang tinggi, *e-commerce* memiliki akses pasar yang besar sehingga memungkinkan bisnis untuk memperluas pangsa pasar dan potensi penjualan, *e-commerce* memungkinkan penggunaan strategi pemasaran digital yang efektif untuk mencapai audiens yang lebih luas dan menghasilkan penjualan tambahan, *e-commerce* dapat mengurangi biaya operasional, meningkatkan efisiensi, dan meningkatkan margin keuntungan. Dengan demikian, *e-commerce* dapat membantu meningkatkan pendapatan yang diharapkan mahasiswa dalam berwirausaha.

Hal ini dapat dijelaskan dengan hasil riset yang menunjukkan bahwa dorongan pendapatan tinggi membantu mahasiswa untuk mengadopsi *e-commerce*. Temuan ini mendukung temuan riset sebelumnya terkait mediasi *e-commerce*. Penelitian Amalina et al., (2022) menunjukkan bahwa harapan kinerja, harapan usaha, pengaruh sosial, dan kondisi fasilitas mempunyai pengaruh terhadap adopsi *e-commerce*, namun secara parsial hanya pengaruh sosial yang mempunyai pengaruh terhadap adopsi *e-commerce*. Selanjutnya adopsi *e-commerce* mempunyai pengaruh terhadap tingkat penjualan. Dan penelitian Maghfiroh & Biduri, (2022) yang menunjukkan lingkungan eksternal berpengaruh terhadap kinerja keuangan UMKM. Adopsi *e-commerce* berpengaruh terhadap kinerja keuangan. Adopsi *e-commerce* tidak memediasi pengaruh kesiapan teknologi terhadap kinerja keuangan UMKM. Namun, *adopsi e-*

commerce dapat memediasi pengaruh lingkungan eksternal dan literasi keuangan terhadap kinerja keuangan UMKM.

3. Pengaruh Ekspektasi Pendapatan terhadap Minat Berwirausaha

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa Ekspektasi Pendapatan (X) berdampak positif signifikan terhadap Minat Berwirausaha (Y). Ini ditunjukkan oleh koefisien jalur bertanda positif sebesar 0,372, nilai (T-kritis) $4,799 > 1,96$, dan nilai P-penelitian $0,000 < 0,05$.

Ekspektasi pendapatan merupakan suatu harapan individu untuk mencapai target pendapatan dari hasil pekerjaannya. Suhartini, (2011) menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh mengenai pendapatan terhadap minat berwirausaha. Hal ini mengindikasikan bahwa berwirausaha memungkinkan seseorang merubah pola pikir, bahwa ekspektasi pendapatan terhadap penghasilan yang diharapkan akan lebih tinggi dibanding bekerja sebagai karyawan swasta maupun pegawai negeri. Keinginan harapan yang tinggi dan tak terbatas terhadap penghasilan yang diterima maka semakin tinggi pula pengambilan keputusan untuk berwirausaha untuk mencapai tujuan tersebut.

Berdasarkan penelitian, variabel ekspektasi pendapatan memiliki skor rata-rata keseluruhan 400,25 yang berarti termasuk kategori tinggi. Untuk pernyataan dengan skor tertinggi pada pernyataan “Pendapatan yang tinggi merupakan motivasi saya untuk menjadi wirausahawan” dengan skor 441 atau masuk kategori sangat tinggi. Hal ini mengindikasikan bahwa para mahasiswa memiliki harapan yang positif terhadap potensi pendapatan yang bisa mereka dapatkan melalui berwirausaha. Ekspektasi ini dapat berperan penting dalam memotivasi mahasiswa untuk berwirausaha dan mengembangkan bisnis mereka sendiri, serta harapan untuk mendapatkan pendapatan yang lebih besar sebagai pengusaha dapat menginspirasi keinginan untuk mencapai kemandirian finansial. Sehingga ekspektasi pendapatan sangat berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa.

Hal ini sejalan dengan penelitian Jonathan & Handoyo, (2023) yang mengemukakan bahwa ekspektasi pendapatan, pendidikan kewirausahaan, dan motivasi berwirausaha berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha. Dan penelitian Kardiana & Melati, (2019) yang menunjukkan

bahwa ekspektasi pendapatan berpengaruh secara signifikan terhadap minat berwirausaha.

4. Pengaruh *E-commerce* terhadap Minat Berwirausaha

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa *E-commerce* (Z) berdampak positif signifikan terhadap Minat Berwirausaha (Y). Ini ditunjukkan oleh koefisien jalur bertanda positif sebesar 0,536, nilai (T-kritis) $7,065 > 1,96$, dan nilai P-penelitian $0,000 < 0,05$.

E-commerce merupakan situs web yang menyediakan fasilitas bagi pengguna dalam transaksi jual dan beli secara online melalui internet dengan bantuan sistem komputer guna keseluruhan efisiensi perusahaan. Kemudahan yang diberikan ini menarik pandangan masyarakat Indonesia untuk menikmati secara langsung layanan-layanan online yang tersedia di *E-commerce* dan memutuskan untuk berwirausaha secara online, baik menggunakan komputer maupun gadget yang dapat diakses oleh siapapun (Kotler et al., 2012). Bisnis *e-commerce* ini dapat dimanfaatkan oleh kalangan mahasiswa yang berkeinginan menjadi seorang wirausaha, dengan modal yang minim bisnis ini masih tetap bisa dijalani. Peluang usaha yang ada akan mampu dimanfaatkan oleh seseorang dengan adanya minat dari dalam dirinya untuk memulai dan berkeinginan memanfaatkan kesempatan atau peluang tersebut menjadi sumber pendapatan.

Berdasarkan penelitian, variabel *e-commerce* memiliki skor rata-rata keseluruhan 416 yang berarti termasuk kategori tinggi. Untuk pernyataan dengan skor tertinggi pada pernyataan “Saya merasa kegiatan *e-commerce* dapat diakses dengan mudah dan tidak dibatasi ruang dan waktu” dengan skor 455 atau masuk kategori sangat tinggi, para mahasiswa telah mengetahui *e-commerce* dapat menunjang aktivitas kewirausahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa *e-commerce* memiliki peran dalam meningkatkan minat mahasiswa untuk berwirausaha. Penggunaan *e-commerce* sangat membantu mahasiswa untuk berwirausaha selagi kuliah. *E-commerce* memiliki akses yang mudah, mahasiswa dapat dengan mudah memulai bisnis online tanpa perlu modal besar atau kantor fisik. *E-commerce* memungkinkan mahasiswa menjalankan bisnis secara paruh waktu, yang sesuai dengan jadwal kuliah mereka. Mahasiswa dapat mendapatkan pengalaman praktis dalam berbisnis dan mengelola toko online mereka sendiri. Dengan demikian, *e-*

commerce dapat menjadi pendorong minat berwirausaha di kalangan mahasiswa karena memungkinkan mereka untuk menggabungkan pendidikan mereka dengan pengalaman bisnis praktis.

Hal ini sejalan dengan penelitian Putri & Oknaryana, (2022) yang menemukan bahwa bisnis *e-commerce* dan *self efficacy* mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan akan minat menjadi wirausaha mahasiswa. Dan penelitian Achmad Ihza Maulana Ibrahim & Muslimin, (2022) yang menunjukkan bahwa *E-commerce* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan mahasiswa untuk berwirausaha.

5. Pengaruh Ekspektasi Pendapatan terhadap Minat Berwirausaha yang dimediasi *E-commerce*

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa Ekspektasi Pendapatan (X) berdampak positif signifikan terhadap Minat Berwirausaha (Y) melalui mediasi *E-commerce* (Z). Ini ditunjukkan oleh koefisien jalur bertanda positif sebesar 0,425, nilai (T-kritis) $5,783 > 1,96$, dan nilai P-penelitian $0,000 < 0,05$.

Berdasarkan hasil penelitian ini, mediasi *e-commerce* memiliki peran dalam pengaruh ekspektasi pendapatan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Ekspektasi pendapatan merujuk pada perkiraan mahasiswa tentang berapa banyak pendapatan yang bisa mereka peroleh melalui wirausaha. Minat berwirausaha menggambarkan sejauh mana mahasiswa tertarik untuk terlibat dalam kegiatan wirausaha. Hal ini bisa dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti ketertarikan terhadap inovasi, kreativitas, keinginan untuk mandiri, dan ketekunan dalam mengatasi tantangan. *E-commerce* dapat berperan sebagai mediator antara ekspektasi pendapatan dan minat berwirausaha. Platform *e-commerce* memberikan sarana untuk memulai bisnis dengan investasi awal yang lebih rendah dibandingkan bisnis konvensional. Kemudahan akses pasar global, infrastruktur transaksi online, dan dukungan teknologi juga dapat mempengaruhi hubungan antara ekspektasi pendapatan dan minat berwirausaha. Hal ini dapat dijelaskan dengan hasil riset yang menunjukkan bahwa dengan pendapatan tinggi sebagai motivasi untuk berwirausaha maka semakin tinggi tingkat penggunaan *e-commerce* sebagai sarana untuk memulai kegiatan berwirausaha.

Temuan ini mendukung temuan riset sebelumnya terkait mediasi *e-commerce*. Penelitian Wulandari et al., (2020) menemukan pengaruh bahwa *human capital* dan *self efficacy* mempunyai pengaruh langsung secara signifikan terhadap *e-commerce* dan berpengaruh tidak secara langsung terhadap *e-satisfactin*. Dan penelitian Sibarani et al., (2023) yang menemukan bahwa adopsi *platform e-commerce* Shopee memediasi pengaruh kesiapan SDM terhadap kinerja Penjualan dalam masa pandemi Covid-19 dan adopsi *platform e-commerce* Shopee memediasi pengaruh kesiapan teknologi terhadap kinerja penjualan dalam masa pandemi Covid-19.