

PENGARUH PENGGUNAAN *E-COMMERCE*, EFIKASI DIRI, DAN EKSPEKTASI PENDAPATAN TERHADAP *ENTREPRENEURIAL INTENTION*

Leonita Situmorang¹, Amira Alfaiq Agha², Edi Putra Berutu³
Manajemen Bisnis^{1,2,3}, Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Medan
leonitasitumorang@students.polmed.ac.id¹, amiraagma@students.polmed.ac.id²,
putraberutu@polmed.ac.id³

ABSTRAK

Persaingan para lulusan perguruan tinggi untuk mendapatkan pekerjaan saat ini tidaklah mudah. Pasar tenaga kerja tidak dapat menyerap seluruh pencari kerja karena lapangan pekerjaan yang terbatas. Wirausaha diyakini sebagai salah satu solusi dari masalah keterbatasan lapangan pekerjaan dan perguruan tinggi diharapkan menjadi motor penggerak tumbuhnya intensi berwirausaha mahasiswa. Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh bukti empiris mengenai bagaimana pengaruh penggunaan *e-commerce*, efikasi diri dan ekspektasi pendapatan terhadap *entrepreneurial intention* pada mahasiswa jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Medan. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *purposive sampling* dengan jumlah responden sebanyak 93 orang. Teknik analisis data yang digunakan ialah regresi linier berganda dengan bantuan alat statistik SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan *e-commerce*, efikasi diri, dan ekspektasi pendapatan berpengaruh secara parsial maupun simultan terhadap *entrepreneurial intention* pada mahasiswa Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Medan. Didapatkan hasil uji koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,340 yang berarti bahwa 34% *entrepreneurial intention* (intensi berwirausaha) mahasiswa Jurusan Administrasi Niaga dipengaruhi oleh penggunaan *e-commerce*, efikasi diri dan ekspektasi pendapatan, dan sebesar 66% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : *E-Commerce*, Efikasi Diri, Ekspektasi Pendapatan, *Entrepreneurial Intention*

PENDAHULUAN

Prestasi dan pendidikan pada masa sekarang ini tidaklah cukup untuk menjadi bekal mencari pekerjaan dan bertahan hidup. Setiap tahun, lulusan perguruan tinggi dan sederajat berjumlah jutaan orang. Hampir sebagian besar dari lulusan itu berorientasi mencari kerja. Hal tersebut belum ditambah dengan lulusan tahun sebelumnya yang jumlahnya jutaan dan masih belum mendapatkan pekerjaan. Badan Pusat Statistik setiap tahunnya mencatat tingkat pengangguran terbuka di Indonesia sebagai salah satu bahan informasi yang menggambarkan keadaan ketenagakerjaan di Indonesia. Mahasiswa dari tingkat akademi/diploma dan sarjana juga turut menjadi penyumbang angka pengangguran terbuka di Indonesia yang setiap tahunnya hampir mencapai angka satu juta pengangguran (Badan Pusat Statistik, 2021). Ini menjadi penguat alasan bahwa pendidikan tinggi tidak lagi menjamin setelah lulus dari perguruan tinggi, mahasiswa akan mudah mendapat pekerjaan sesuai dengan yang diinginkan. Di negara Indonesia sendiri, laju pertumbuhan *entrepreneur* masih dapat dikatakan rendah hanya berkisar 3,47 persen. Padahal umumnya negara-negara maju memiliki tingkat pertumbuhan *entrepreneur* memiliki persentase sekitar 14 persen. Erick Thohir (Menteri BUMN) menyarankan agar ada gerakan pembaharuan dan inovasi bagi pelaku usaha di sektor teknologi (Rmolbengkulu.com, 2021).

Menumbuhkan semangat *entrepreneur* pada mahasiswa diyakini menjadi salah satu solusi untuk mengurangi tingkat pengangguran. *E-commerce* adalah salah satu alat yang telah banyak digunakan dalam kegiatan jual-beli oleh para pelaku usaha. Pengguna *e-commerce* saat ini sangatlah tidak terbatas. Masyarakat dari berbagai lapisan dapat menggunakan *e-commerce* untuk keperluan apapun. Dengan pemanfaatan *e-commerce* dan penggunaan teknologi internet diharapkan dapat memberi manfaat yang besar terhadap dunia bisnis yang kompetitif bagi para calon *entrepreneur*. *Entrepreneurship* berhubungan erat dengan keyakinan seseorang akan kemampuan yang dimilikinya untuk menumbuhkan motivasi diri, ini lah yang dapat diartikan sebagai efikasi diri. Faktor lainnya yang diyakini membuat seseorang berani untuk mengambil langkah menjadi *entrepreneur* tentu tidak terlepas dari ekspektasi pendapatan yang ingin diraih. Ekspektasi pendapatan ini dapat diartikan

sebagai harapan dari seorang calon *entrepreneur*, untuk mendapatkan pendapatan yang lebih daripada gaji yang diterima pegawai/karyawan pada umumnya.

Berdasarkan penelitian berjudul “Niat Berwirausaha Mahasiswa di Kota Medan Dengan Pendekatan *Structural Equation Model* (SEM)”, rekomendasi yang diberikan terkait penelitian yang dilakukan, agar institusi penyelenggara pendidikan tinggi dalam upaya mendorong munculnya wirausahawan baru dan niatnya untuk menjadi wirausahawan dilaksanakan agar lebih maksimal, aspek intelektual kecerdasan emosional, kreativitas, tanggung jawab moral, dukungan sosial, sikap menjadi wirausaha, norma subjektif dari seseorang dan kontrol perilaku yang dirasakan (Sitepu dan Azhar, 2019:506). Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan di atas, penulis merasa perlu untuk melakukan penelitian mengenai Pengaruh Penggunaan *E-Commerce*, Efikasi Diri, dan Ekspektasi Pendapatan Terhadap *Entrepreneurial Intention* (Studi Kasus Persepsi Mahasiswa Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Medan).

Adapun tujuan yang ingin diraih pada penelitian ini ialah, sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis pengaruh penggunaan *e-commerce* terhadap *entrepreneurial intention* mahasiswa Jurusan Administrasi Niaga.
2. Untuk menganalisis pengaruh efikasi diri terhadap *entrepreneurial intention* mahasiswa Jurusan Administrasi Niaga.
3. Untuk menganalisis pengaruh ekspektasi pendapatan terhadap *entrepreneurial intention* mahasiswa Jurusan Administrasi Niaga.
4. Untuk menganalisis pengaruh penggunaan *e-commerce*, efikasi diri dan ekspektasi pendapatan terhadap *entrepreneurial intention* mahasiswa Jurusan Administrasi Niaga.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Efikasi Diri

Penelitian yang dilakukan oleh Peppy Puspita Sari (2017) dengan judul “Pengaruh Ekspektasi Pendapatan, Motivasi, Pendidikan Kewirausahaan, dan Norma Subyektif Terhadap Minat Berwirausaha” mendapatkan hasil penelitian bahwa, Ekspektasi pendapatan, motivasi, pendidikan kewirausahaan, dan norma subyektif secara parsial dan simultan berpengaruh terhadap minat berwirausaha.

Penelitian yang dilakukan oleh Rizky Fatmawati (2018) yang berjudul “Pengaruh Efikasi Diri, Lingkungan Keluarga, dan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Sumatera Utara” mendapatkan hasil bahwa Efikasi diri, lingkungan keluarga dan media sosial secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha.

Penelitian yang dilakukan oleh Yuliana Putri Linggo (2019) yang berjudul “Pengaruh *Locus of Control*, Efikasi Diri, *E-Commerce* dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha” mendapatkan hasil bahwa *locus of control*, efikasi diri, *e-commerce* dan pendidikan kewirausahaan secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa.

Penelitian yang dilakukan Rizky Ananda Putri (2019) yang berjudul “Pengaruh Norma Subyektif dan Efikasi Diri Terhadap Intensi Berwirausaha” mendapatkan hasil bahwa norma subyektif dan efikasi diri secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi berwirausaha mahasiswa.

Entrepreneurial Intention (Intensi Berwirausaha)

Menurut Blegur dan Handoyo (2020: 53) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa intensi berwirausaha dinyatakan sebagai keinginan dan tekad individu untuk terlibat dalam penciptaan usaha baru. Saat seorang individu memiliki rencana untuk melakukan suatu perilaku dimasa yang akan datang, maka disitulah intensi terbentuk.

Electronic Commerce (E-commerce)

Menurut Kartavianus dalam Hamdani (2020: 44-45) menyebutkan bahwa *e-commerce* merupakan sebuah sistem yang bisa digunakan apabila jaringan internet tersedia, dan bisa digunakan untuk proses pembelian, penjualan, pemasaran, transfer jika terdapat jaringan komputer, *e-commerce* telah membuka sebuah peluang bagi hampir setiap orang untuk berbisnis karena dapat menciptakan bisnis pada dunia maya yang menghubungkan orang-orang secara luas tanpa terbatas oleh letak geografis, konsumen dapat melakukan pemesanan barang dan atau jasa secara virtual dimanapun, 24 jam dalam satu hari, 7 hari dalam 1 minggu tanpa terbatas oleh jam kerja toko, maupun jarak untuk mencapai toko.

Pengertian Efikasi Diri

Menurut Blegur dan Handoyo (2020:53) efikasi diri adalah persepsi diri sendiri mengenai seberapa bagus diri dapat berfungsi dalam situasi tertentu. Efikasi diri berhubungan dengan keyakinan bahwa diri memiliki kemampuan melakukan tindakan yang diharapkan. Manusia memiliki keyakinan masing-masing dari dalam dirinya, baik itu hal baik ataupun hal buruk.

Pengertian Ekspektasi Pendapatan

Muslihudin dan Anita (2017:43) dalam penelitiannya menjelaskan Ekspektasi pendapatan yaitu harapan untuk memperoleh penghasilan lebih tinggi, sehingga dengan ekspektasi pendapatan yang lebih tinggi maka akan semakin meningkatkan minat berwirausaha pada siswa. Menjadi wirausaha akan memperoleh keuntungan yang besar. Dengan berwirausaha, seseorang dapat memiliki penghasilan yang tidak terbatas untuk memenuhi segala keinginannya. Dan harapan tersebut diyakini dapat menimbulkan intensi berwirausaha.

METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan model penelitian kuantitatif deskriptif. Pendekatan kuantitatif dilakukan dengan menganalisa hubungan antara penggunaan *e-commerce*, efikasi diri, dan ekspektasi pendapatan terhadap *entrepreneurial intention*. Dan mengukur persepsi mahasiswa Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Medan tahun ajaran 2020/2021 dengan menggunakan kuisioner berupa skala *likert* lima poin.

Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2019:80), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jumlah populasi yang berada didalam penelitian sebanyak 1.166 mahasiswa yang terdiri dari 631 mahasiswa Administrasi Bisnis, 223 mahasiswa MICE, dan 312 mahasiswa Manajemen Bisnis.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2019: 81). Dalam penelitian ini perhitungan sampel menggunakan metode *Slovin* dengan tingkat toleransi kesalahan 10% dengan rumus, sebagai berikut :

Keterangan:

- = jumlah sampel
- = jumlah populasi
- = Bebas toleransi kesalahan (*error tolerance*) sebesar 10%.

Maka, jumlah sampel yang mewakili populasi dalam penelitian ini adalah :

92,10 (dibulatkan menjadi 93)

Sehingga, dapat disimpulkan jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 93 responden.

Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2019: 142), Metode kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuisisioner dalam penelitian ini akan dibagikan secara online menggunakan bantuan *google form*. Pengumpulan data lainnya didukung dengan studi kepustakaan Untuk memperoleh suatu data penelitian ini dapat dilakukan dengan cara membaca, mengutip maupun merangkum data dari buku, literatur, jurnal, referensi dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan.

Teknik khusus yang dipakai untuk penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling* yakni teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu. (Sugiyono, 2019:85). Kriteria khusus yang digunakan pada penelitian ini hanya mahasiswa yang menggunakan aplikasi-*commerce* yang dipilih menjadi sampel.

Metode penelitian menjelaskan desain penelitian, rancangan kegiatan, ruang lingkup atau objek penelitian (populasi dan sampel), tempat penelitian, teknik pengumpulan data, analisis, perancangan, dan uji coba (jika ada).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh dari hasil pengumpulan data primer dengan cara menyebar kuesioner yang telah diisi oleh 93 responden yang merupakan mahasiswa Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Medan. Kuesioner berisikan deskripsi responden dan jawaban atas 26 pertanyaan yang terdiri dari 9 (sembilan) butir pernyataan untuk variabel penggunaan *e-commerce* (X_1), 6 (enam) butir pernyataan untuk variabel efikasi diri (X_2), 4 (empat) butir pernyataan untuk variabel ekspektasi pendapatan (X_3) dan 7 (butir) pernyataan untuk variabel *entrepreneurial intention* (Y).

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji coba instrumen dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan tersebut benar-benar valid dan reliabel (handal). Jika uji coba instrumen mendapatkan hasil yang valid dan reliabel maka dapat dinyatakan bahwa instrumen penelitian layak untuk didistribusikan

1. Uji Validitas

Penyebaran kuisisioner dilakukan dengan melibatkan 39 orang responden untuk dilakukan uji coba instrumen. Hasil dari uji validitas dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
Penggunaan E-Commerce (X_1)	EC1	0,792	0,316	Valid
	EC2	0,714	0,316	Valid
	EC3	0,555	0,316	Valid
	EC4	0,870	0,316	Valid

	EC5	0,654	0,316	Valid
	EC6	0,815	0,316	Valid
	EC7	0,572	0,316	Valid
	EC8	0,807	0,316	Valid
	EC9	0,845	0,316	Valid
	EF1	0,690	0,316	Valid
	EF2	0,815	0,316	Valid
Efikasi Diri (X_2)	EF3	0,815	0,316	Valid
	EF4	0,875	0,316	Valid
	EF5	0,736	0,316	Valid
	EF6	0,587	0,316	Valid
Ekspektasi Pendapatan (X_3)	EP1	0,713	0,316	Valid
	EP2	0,762	0,316	Valid
	EP3	0,690	0,316	Valid
	EP4	0,652	0,316	Valid
<i>Entrepreneurial Intention</i> (Y)	EI1	0,751	0,316	Valid
	EI2	0,609	0,316	Valid
	EI3	0,683	0,316	Valid
	EI4	0,712	0,316	Valid
	EI5	0,759	0,316	Valid
	EI6	0,676	0,316	Valid
	EI7	0,681	0,316	Valid

Sumber: data diolah pada SPSS v25 (2021)

2. Uji Reliabilitas

Syarat instrumen dikatakan reliabel apabila *Cronbach's Alpha* > 0,60. Dan hasil uji reliabilitas pada penelitian dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Batas Reliabilitas	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Penggunaan <i>E-Commerce</i> (X_1)	0,60	0,888	Reliable
Efikasi Diri (X_2)	0,60	0,837	Reliable
Ekspektasi Pendapatan (X_3)	0,60	0,657	Reliable
<i>Entrepreneurial Intention</i> (Y)	0,60	0,818	Reliable

Sumber: data diolah pada SPSS v25 (2021)

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Hasil uji normalitas menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 3. Hasil Uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		93
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.91478210
Most Extreme Differences	Absolute	.081
	Positive	.053
	Negative	-.081
Test Statistic		.081
Asymp. Sig. (2-tailed)		.169 ^c

Sumber: data diolah pada SPSS v25 (2021)

Berdasarkan tabel 3 di atas, hasil uji *kolmogorov-smirnov* di atas menunjukkan bahwa *Asymp. Sig* (2-tailed) diperoleh nilai sebesar 0,169. Persyaratan data yang berdistribusi normal adalah nilai *Asymp. Sig* (2-tailed) > 0,05. Apabila dibandingkan dengan nilai signifikansi 0,05, maka hasilnya lebih besar. Hal ini berarti data yang digunakan berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Untuk melihat apakah terjadi masalah multikolinearitas maka dilakukan analisis data yang hasilnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

		Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.582	3.997		.646	.520		
	E Commerce	.212	.080	.235	2.660	.009	.949	1.054
	Efikasi Diri	.347	.101	.299	3.428	.001	.977	1.023
	Ekspektasi Pendapatan	.576	.145	.351	3.979	.000	.954	1.048

a. Dependent Variable: Entrepreneurial Intention

Sumber: data diolah pada SPSS v25 (2021)

Berdasarkan tabel 4 di atas, nilai VIF < 10 dan atau nilai *tolerance* > 0.01 maka dapat disimpulkan dengan tegas bahwa tidak terdapat masalah multikolinearitas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji *rank spearman* untuk mendeteksi gejala heteroskedastisitas pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

		Correlations			
		E-Commerce	Efikasi Diri	Ekspektasi Pendapatan	Unstandardized Residual
Spearman's rho E Commerce	Correlation	1.000	.174	.220*	-.013
	Coefficient				
	Sig. (2-tailed)	.	.096	.034	.900
Efikasi Diri	N	93	93	93	93
	Correlation	.174	1.000	.103	-.018
	Coefficient				
	Sig. (2-tailed)	.096	.	.327	.861
Ekspektasi Pendapatan	N	93	93	93	93
	Correlation	.220*	.103	1.000	.094
	Coefficient				
	Sig. (2-tailed)	.034	.327	.	.370
Unstandardized Residual	N	93	93	93	93
	Correlation	-.013	-.018	.094	1.000
	Coefficient				
	Sig. (2-tailed)	.900	.861	.370	.
	N	93	93	93	93

Sumber: data diolah pada SPSS v25 (2021)

Berdasarkan tabel 5 di atas, dapat disimpulkan bahwa dari ketiga variabel tersebut tidak terjadi gejala heteroskedastisitas karena *alpha* > 0,05.

Analisis Regresi Linier Berganda

Adapun hasil ujian regresi linear berganda dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 25 adalah sebagai berikut :

Tabel 6. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2.582	3.997		.646	.520
	E Commerce	.212	.080	.235	2.660	.009
	Efikasi Diri	.347	.101	.299	3.428	.001
	Ekspektasi Pendapatan	.576	.145	.351	3.979	.000

Sumber: data diolah pada SPSS v25 (2021)

Model persamaan regresi linear berganda yang dapat dilakukan dari hasil tersebut adalah sebagai berikut :

$$Y = 2,582 + 0,212X_1 + 0,347X_2 + 0,576X_3$$

Dari model persamaan regresi linear berganda di atas dapat diketahui bahwa :

1. Nilai konstanta sebesar 2,582 berarti tanpa adanya pengaruh dan variabel bebas maka nilai variabel terikat nilainya hanya sebesar 2,582 satuan. Hal ini berarti bahwa apabila variabel bebas (penggunaan *e-commerce*, efikasi diri, dan ekspektasi pendapatan) nilainya nol, maka nilai variabel terikat (*entrepreneurial intention*) sebesar 2,582.
2. Koefisien regresi variabel penggunaan *e-commerce* (X_1) sebesar 0,212 yang bertanda positif. Hal ini berarti adanya pengaruh positif penggunaan *e-commerce* terhadap *entrepreneurial intention*. Apabila penggunaan *e-commerce* meningkat sebesar satu satuan maka *entrepreneurial intention* akan meningkat sebesar 0,212 dalam setiap satuannya. Dengan asumsi variabel lain tidak mengalami perubahan atau konstan.
3. Koefisien regresi variabel efikasi diri (X_2) sebesar 0,347 yang bertanda positif. Hal ini berarti adanya pengaruh positif efikasi diri terhadap *entrepreneurial intention*. Apabila efikasi diri meningkat satu satuan maka *entrepreneurial intention* akan meningkat sebesar 0,347 dalam setiap satuannya. Dengan asumsi variabel lain tidak mengalami perubahan atau konstan.
4. Koefisien regresi variabel ekspektasi pendapatan (X_3) sebesar 0,576 yang bertanda positif. Hal ini berarti adanya pengaruh positif ekspektasi pendapatan terhadap *entrepreneurial intention*, apabila nilai ekspektasi pendapatan meningkat sebesar satu satuan maka *entrepreneurial intention* mahasiswa akan meningkat sebesar 0,576 dalam setiap satuannya. Dengan asumsi variabel lain tidak mengalami perubahan atau konstan.

Uji Hipotesis

1. Uji t (Parsial)

Untuk melihat apakah ada pengaruh secara signifikansi antara variabel X (penggunaan *e-commerce*, efikasi diri, dan ekspektasi pendapatan) dan Y (*entrepreneurial intention*) secara sendiri-sendiri atau secara parsial dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 7. Hasil Uji t (Parsial)

		Coefficients				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2.582	3.997		.646	.520
	E Commerce	.212	.080	.235	2.660	.009
	Efikasi Diri	.347	.101	.299	3.428	.001
	Ekspektasi Pendapatan	.576	.145	.351	3.979	.000

Sumber: data diolah pada SPSS v25 (2021)

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka variabel dikatakan signifikan. Berdasarkan hasil perhitungan yang ditunjukkan pada tabel 7 dapat diinterpretasikan, sebagai berikut :

- a. Pada variabel penggunaan *e-commerce* (X_1) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,660 dengan signifikansi 0,009. Oleh karena itu t_{hitung} (2,660) > t_{tabel} (1,986) dan tingkat signifikansinya $0,009 < 0,05$. Nilai signifikansi di bawah α (0,05) dan koefisien sebesar 0,212 menunjukkan bahwa variabel penggunaan *e-commerce* (X_1) memiliki arah yang positif dan signifikan terhadap *entrepreneurial intention* (Y). Dengan demikian penelitian ini menjelaskan bahwa penggunaan *e-commerce* (X_1) berpengaruh signifikan dan positif terhadap *entrepreneurial intention* (Y) mahasiswa Jurusan Administrasi Niaga (H_a diterima dan H_o ditolak).
- b. Pada variabel efikasi diri (X_2) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3,428 dengan signifikansi 0,001. Oleh karena itu t_{hitung} (3,428) > t_{tabel} (1,986) dan tingkat signifikansinya $0,001 < 0,05$. Nilai signifikansi di bawah α (0,05) dan koefisien sebesar 0,347 menunjukkan bahwa variabel efikasi diri (X_2) memiliki arah yang positif dan signifikan terhadap *entrepreneurial intention* (Y). Dengan demikian penelitian ini menjelaskan bahwa efikasi diri (X_2) berpengaruh signifikan dan positif terhadap *entrepreneurial intention* (Y) mahasiswa Jurusan Administrasi Niaga (H_a diterima dan H_o ditolak).
- c. Pada variabel ekspektasi pendapatan (X_3) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3,979 dengan signifikansi 0,000. Oleh karena itu t_{hitung} (3,979) > t_{tabel} (1,986) dan tingkat signifikansinya $0,000 < 0,05$. Nilai signifikansi di bawah α (0,05) dan koefisien sebesar 0,576 menunjukkan bahwa variabel penggunaan *e-commerce* (X_3) memiliki arah yang positif dan signifikan terhadap *entrepreneurial intention* (Y). Dengan demikian penelitian ini menjelaskan bahwa ekspektasi pendapatan (X_3) berpengaruh signifikan dan positif terhadap *entrepreneurial intention* (Y) mahasiswa Jurusan Administrasi Niaga (H_a diterima dan H_o ditolak).

2. Uji F (Simultan)

Dasar pengambilan keputusan uji F simultan (regresi linear berganda) berdasarkan nilai signifikansi dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 8. Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	402.845	3	134.282	15.290	.000 ^b
	Residual	781.628	89	8.782		
	Total	1184.473	92			

Sumber: data diolah pada SPSS v25 (2021)

Jumlah F_{tabel} pada penelitian ini ialah 2,71. Dari hasil pengolahan data dengan menggunakan program SPSS versi 25, dapat dilihat pada tabel 8 di atas menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} 15,290 > F_{tabel} 2,71 dan nilai signifikan $0,000 < \alpha = 0,05$, hal ini berarti H_o ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa penggunaan *e-commerce*, efikasi diri, ekspektasi pendapatan berpengaruh signifikan terhadap *entrepreneurial intention* mahasiswa jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Medan.

3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Adapun hasil uji koefisien determinasi (R^2) pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.583 ^a	.340	.318	2.964

Sumber: data diolah pada SPSS v25 (2021)

Berdasarkan tabel 9 di atas, menunjukkan bahwa hubungan antara variabel penggunaan *e-commerce* (X_1), variabel efikasi diri (X_2), variabel ekspektasi pendapatan (X_3) dan *entrepreneurial intention* (Y) memiliki hubungan sebesar 0,340 atau 34%, dan sisanya sebesar 66% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Nilai Adjusted R Square 0,318 berarti 31,8% faktor-faktor *entrepreneurial intention* dapat dijelaskan oleh penggunaan *e-*

commerce, efikasi diri dan ekspektasi pendapatan. Sedangkan 69% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian, analisis data, serta pembahasan yang telah dilakukan dengan model regresi linier berganda, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa persepsi mahasiswa Jurusan Administrasi Niaga dalam penggunaan *e-commerce*, efikasi diri, dan ekspektasi pendapatan terhadap *entrepreneurial intention* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan. Penggunaan *e-commerce*, efikasi diri, dan ekspektasi pendapatan terhadap *entrepreneurial intention* juga berpengaruh positif dan signifikan secara simultan pada mahasiswa Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Medan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kepada Politeknik Negeri Medan melalui Pusat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (P3M) yang telah mendanai penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. (2020). *Tingkat Pengangguran Terbuka Agustus 2020*. Retrieved from <https://www.bps.go.id/pressrelease/2020/11/05/1673/agustus-2020--tingkat-pengangguran-terbuka--tpt--sebesar-7-07-persen.html>.
- Blegur, A., & Handoyo, S. E. (2020). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Locus of Control Terhadap Intensi Berwirausaha. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan, Volume II Nomor 1*, 51-61.
- Hamdani, A. (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)*. Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta.
- Linggo, Y. P. (2019). *Pengaruh Locus of Control, Efikasi Diri, E-Commerce dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Sumatera Barat Angkatan 2015*. STKIP PGRI Sumatera Barat.
- Muslihudin, & Imaniati, A. (2017). Pengaruh Efikasi Diri dan Ekspektasi Pendapatan Terhadap Minat Berwirausaha Siswa SMK (SMK Al-Madina). *Jurnal Media Teknik dan Sistem Industri, Volume 1*, 41-49.
- Rmolbengkulu. (2021). *Pertumbuhan Wirausaha Indonesia Masih Rendah Meski Jumlah Startup Terbesar ke 5 Dunia*. Retrieved from <https://www.rmolbengkulu.com/read/2021/03/08/28963/Pertumbuhan-Wirausahawan-Indonesia-Masih-rendah-Meski-Jumlah-Startup-Terbesar-Ke-5-Dunia->.
- Sitepu, E. S., & Azhar. (2019). Entrepreneurial Intention of University Student in Medan City With Structural Equation Model (SEM). *Proceeding International Seminar on Islamic Studies, Volume 1 Nomor 1*, pp. 498-509.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (20th ed.). Bandung: Alfabeta.