

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Profil Universitas Sumatera Utara (USU)

Universitas Sumatera Utara (USU) sebelumnya berdiri selaku Yayasan Universitas Sumatera Utara di 4 Juni 1952. Yayasan disini didirikan oleh Abdul Hakim Harahap, akan ialah Gubernur Sumatra Utara pada saat termaksud. Kemauan guna membangun kampus di Medan sudah tampak sebelum Perang Dunia II dimulai, namun tiada disetujui oleh Pemerintah Belanda. Pada zaman wargaan Jepang, insan terkemuka di Medan seperti Pirngadi serta T. Mansoer membuat rancangan guna perguruan tinggi kedokteran. Setelah kemerdekaan Indonesia, pemerintah mengangkat Mohammad Djamil sebagai ketua panitia rencana pembangunan kampus. Konflik Revolusi Nasional Indonesia pada 1945 hingga 1949 membuat pembangunan tertunda. Abdul Hakim lalu berinisiatif meminta atas rakyat Sumatera Utara mengumpulkan finansial sosial guna pendirian kampus.

Saat disini, USU mengolah kian di seratus program studi akan terdiri di beragam jenjang pendidikan tinggi, akan terlingkup di 10 fakultas serta satu program pascasarjana. Dalam elaborasinya, diantara fakultas USU berubah selaku perguruan tinggi negeri pribadi, ialah Universitas Syiah Kuala di Banda Aceh (dari Fakultas Ekonomi serta Fakultas Kedokteran Hewan serta Peternakan), IKIP Negeri Medan akan saat ini berubah menjadi Universitas Negeri Medan (dari Fakultas Keguruan serta Ilmu Pendidikan), dan Politeknik Negeri Medan (dari Politeknik USU).

2. Profil Universitas Negeri Medan (UNIMED)

Universitas Negeri Medan berdiri pada 23 Juni 1963 dengan nama Institut Keguruan serta Ilmu Pendidikan (IKIP) Negeri Medan. Pada 1956 diantara tokoh pendidikan di Sumatra Utara membuka Perguruan Tinggi Pendidikan Guru (PTPG).

Gagasan disini disponsori oleh Prof. Ani Abbas Manopo, SH., akan di waktu termaksud menjabat *Dekan Fakultas Hukum serta Pengetahuan*

Masyarakat Universitas Sumatra Utara (USU), G. Sianipar, Kepala Inspeksi Pendidikan Masyarakat serta R.M. Simanjuntak, Direktur SMA Negeri 1 Medan. Perubahan IKIP Medan selaku Universitas dimaksudkan selaku upaya penaikan mutu penyelenggaraan Lembaga Pendidikan Tenaga Kependidikan (LPTK). Perubahan disini di gilirannya ditempatkan selaku upaya guna menaikkan mutu alumni akan dipandang relevan guna menjawab keperluan pembangunan di beragam bidang.

Perubahan kelembagaan selaku Universitas Negeri Medan akan peresmian dilangsungkan di bulan Februari 2000 secara SK Presiden No. 124 Tahun 1999, tanggal 7 Oktober 1999 menyampaikan perluasan mandat (widen mandate) lembaga di akan sebelumnya sahaja mengolah bidang-bidang jurusan / program studi kependidikan (Dik) ialah Sarjana Pendidikan (S.Pd), seusai menjadi kampus juga menamatkan sarjana non- kependidikan seperti Sarjana Sains (S.Si), Sarjana Ekonomi (S.E), Sarjana Sastra (S.S) serta sebagainya sesuai secara jurusan/program studi non kependidikan akan diikuti. Mulai ajaran 2000/2001, penyelenggaraan pendidikan di UNIMED dalam program kependidikan serta non-kependidikan dilangsungkan secara mengacu di format kurikulum bersama guna bobot enam semester akan dinamai “Kurikulum Bersama Enam Semester Program Nonkependidikan serta Kependidikan” akan usai dimulai di T.A. 2000/2001. Dengan format seperti disini diinginkan hendaknya terlangsung penaikan mutu alumni di kedua jurusan/program studi terutama di peserta program kependidikan (Sarjana Pendidikan/S.Pd) sebab memegang kepiawaian bidang ilmu akan sama secara peserta program non-kependidikan.

3. Profil Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UINSU)

Berdirinya UIN Sumatra Utara / sebelumnya Institut Agama Islam Negeri (IAIN) di Indonesia berlandaskan di Peraturan Presiden Nomor 11 Tahun 1960 tanggal 9 Mei 1960 di Yogyakarta secara nama Al-Jami'ah Al-Islamiyah Al-Hukumiyah. Perwujudan IAIN ialah gabungan di Perguruan Tinggi Agama Islam Negeri (PTAIN) Yogyakarta serta Akademi Dinas Ilmu Agama (ADIA) akan berkedudukan di Jakarta. Kehadiran IAIN ialah tuntutan keperluan dasar umat Islam di upaya mengelaborasi syi'ar agama melewati wadah perguruan tinggi akan kian profesional, ialah perguruan tinggi Islam negeri akan sekaligus

diinginkan sanggup membantu pemerintah di menyiapkan sumber daya insani serta ahli Agama Islam.

IAIN Sumatra Utara akan didirikan di 1973 di Medan, dilatar belakangi serta didukung atas diantara aegi pertimbangan objektif. Pertama, Perguruan Tinggi Islam akan berstatus Negeri di saat termaksud belum tampak di Provinsi Sumatra Utara, meskipun Perguruan Tinggi Agama Islam Swasta memang usai ada. Kedua, pertumbuhan pesantren, madrasah serta perguruan-perguruan agama akan sederajat secara SLTA di daerah Sumatra Utara tumbuh serta berelaborasi secara pesatnya, akan usai tentu memerlukan adanya pendidikan lanjutan akan sesuai, ialah adanya Perguruan Tinggi Agama Islam akan berstatus Negeri. Dalam suasana akan demikian, timbullah disinisiatif Kepala Inspeksi Pendidikan Agama Provinsi Sumatra Utara akan saat termaksud dijabat atas H. Ibrahim Abdul Halim beserta secara teman-temannya guna mendirikan Fakultas Tarbiyah di Medan. Usaha disini terwujud secara terbentuknya satu Panitia Pendirian Fakultas Tarbiyah Persiapan IAIN akan diketuai atas Letkol. Raja Syahnan, di tanggal 24 Oktober 1960. Sejalan secara berdirinya Fakultas Tarbiyah Persiapan IAIN Medan, Yayasan K.H. Zainul Arifin (milik Nahdlatul Ulama) membuka Fakultas Syari'ah di 1967. Kemauan guna mewujudkan Fakultas Syari'ah Negeri, prosesnya sama secara Fakultas Tarbiyah IAIN Medan, ialah secara mengajukan surat permohonan Nomor 199/YY/68 tanggal 20 Juni 1968 atas Menteri Agama RI di Jakarta.

2. Deskripsi Data Penelitian

a. Karakteristik Responden

Karakteristik responden diperoleh melewati buatan kuesioner akan usai diisi atas 99 responden. Karakteristik responden ialah gambaran di keberadaan responden di tempat riset. Karakteristik termaksud dilahat atas jenis kelamin serta pendidikan terakhir akan hendaknya dipaparkan di tabel termaksud disini.

Tabel 4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin				
	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Laki-Laki	44	44,4	44,4	44,4
Valid Perempuan	55	55,6	55,6	100,0
Total	99	100,0	100,0	

Sumber : Data primer akan diolah secara SPSS

Berdasarkan Tabel 4.1 menunjukkan maka di 99 insan responden akan berjenis kelamin laki-laki ialah sebanyak 44 responden (44,4%), diikuti responden akan berjenis kelamin perempuan sebanyak 55 responden (55,6%).

Tabel 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia				
	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
20 - 21 Tahun	41	41,4	41,4	41,4
22 - 23 Tahun	18	18,2	18,2	59,6
Valid 24 - 25 Tahun	23	23,2	23,2	82,8
26 - 27 Tahun	17	17,2	17,2	100,0
Total	99	100,0	100,0	

Sumber : Data primer akan diolah secara SPSS

Berdasarkan Tabel 4.2 menunjukkan maka di 99 insan responden akan berumur 20-21 ialah sebanyak 41 responden (41,4%), diikuti responden berumur 22-23 sebanyak 18 responden (18,2%), responden akan berumur 24-25 sebanyak 23 responden (23,2%), serta responden akan berumur 26-27 sebanyak 17 responden (17,2%).

b. Uji Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif ialah model riset akan berupaya menggambarkan serta menginterpretasi objek sesuai secara apa adanya. Dengan analisa deskriptif, dimungkinkan guna melangsungkan rangkaian antar faktor, menguji hipotesis, mengelaborasi generalisasi, serta mengelaborasi teori akan memegang validitas universal. Penelitian disini menjabarkan skor minimum, skor maksimum, rata-rata, serta standar deviasi di perfaktor selaku termaksud

Tabel 4.3
Hasil Uji Analisis Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
E-Commerce	99	15	30	25,00	2,997
Pengetahuan	99	26	44	36,73	3,700
Keniagaan	99	24	45	37,43	5,185
Modal	99	31	44	38,79	3,127
Valid N (listwise)	99				

Sumber : Data primer akan diolah secara SPSS

Berdasarkan tabel di atas tampak diantara item pertanyaan di perfaktor secara keseluruhan responden berjumlah 99 insan. Variabel *E-Commerce* (X1) memegang skor minimum 15 serta skor maksimum 30. Nilai rata-rata *E-Commerce* masing-masing responden senilai 25 secara simpangan baku / penyebaran rata-rata senilai 2,997.

Variabel Pengetahuan Kewirausahaan (X2) memegang skor minimum 26 serta skor maksimum 44. Nilai rata-rata Pengetahuan Kewirausahaan masing-masing responden senilai 36,73 secara simpangan baku / penyebaran rata-rata senilai 3,700.

Variabel Modal (Z) memegang skor minimum 24 serta skor maksimum 45. Nilai rata-rata Modal masing-masing responden senilai 37,43 secara simpangan baku / penyebaran rata-rata senilai 5,185.

Variabel Minat Berwirausaha (Y) memegang skor minimum 31 serta skor maksimum 44. Nilai rata-rata Minat Berwirausaha masing-masing responden senilai 38,79 secara simpangan baku / penyebaran rata-rata senilai 3,127.

1. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Kuisisioner akan dikenakan di riset disini terkian dahulu diuji validitas serta reliabilitasnya sebelum dikenakan selaku alat pengumpul data. guna uji validitas kuisisioner dilangsungkan secara membandingkan r hitung / skor *Pearson Correlation* secara membandingkan skor r tabel. Apabila skor r hitung $>$ r tabel (dengan sig. 0,05), lalu butir pertanyaan termaksud dinyatakan valid. Jadi apabila skor r hitung / skor *Pearson Correlation* kian kecil di skor r tabel lalu butir pertanyaan di kuisisioner guna faktor termaksud tiada valid / jika r hitung $<$ r tabel (dengan sig. 0,05), lalu kuisisioner termaksud tiada valid.

Kuisisioner riset disini diuji atas 99 responden. Nilai r tabel guna diuji dua sisi di taraf signifikan $\alpha = 0,05$. Karena keseluruhan data (n) 99 / df (*degree of freedom*) = $n - 2 = 99 - 2 = 97$. Df (*degree of freedom*) diperoleh di keseluruhan responden 97. Maka diperoleh r tabel senilai 0,166. Hasil pengolahan uji validitas sanggup dilihat di tabel termaksud.

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas

Butir Pertanyaan	Variabel	R-Hitung	R-Tabel (Taraf Sig. 5%)	Keterangan
1	<i>E-Commerce</i> (X_1)	0,765	0,166	Valid
2		0,714	0,166	Valid
3		0,645	0,166	Valid
4		0,753	0,166	Valid
5		0,527	0,166	Valid
6		0,504	0,166	Valid
1	Pengetahuan Keniagaan (X_2)	0,556	0,166	Valid
2		0,640	0,166	Valid
3		0,514	0,166	Valid
4		0,426	0,166	Valid
5		0,520	0,166	Valid
6		0,481	0,166	Valid
7		0,527	0,166	Valid
8		0,521	0,166	Valid
9		0,567	0,166	Valid
1	Minat Berniaga (Y)	0,584	0,166	Valid
2		0,477	0,166	Valid
3		0,517	0,166	Valid
4		0,625	0,166	Valid

Butir Pertanyaan	Variabel	R-Hitung	R-Tabel (Taraf Sig. 5%)	Keterangan
5	Modal (Z)	0,520	0,166	Valid
6		0,557	0,166	Valid
7		0,560	0,166	Valid
8		0,510	0,166	Valid
9		0,506	0,166	Valid
1		0,498	0,166	Valid
2		0,640	0,166	Valid
3		0,740	0,166	Valid
4		0,498	0,166	Valid
5	Modal (Z)	0,704	0,166	Valid
6		0,686	0,166	Valid
7		0,729	0,166	Valid
8		0,732	0,166	Valid
9		0,523	0,166	Valid

Sumber : Data primer akan diolah secara SPSS

Berdasarkan di tabel di atas, sanggup dilihat bahwasanya segenap skor r hitung di perfaktor X₁, X₂, Z, serta Y kian besar daripada r tabel secara taraf signifikansi 5% lalu diutarakan maka segenap item pertanyaan di segenap faktor valid serta sanggup dikenakan memenuhi syarat validitas.

b. Uji Reliabilitas

Selanjutnya tampak uji reliabilitas. Suatu kuisisioner dinyatakan reliabel jika jawaban insan atas pertanyaan ialah konsisten / stabil di waktu. Pengujian reliabilitas guna faktor-faktor di riset disini mengenakan *Cronbach Alpha*. Variabel-faktor di riset disini sanggup dikategorikan reliabel apabila skor *Cronbach Alpha* kian besar di 0,60.

Tabel 4.5
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Batas Reliabilitas	Keterangan
<i>E-Commerce</i> (X1)	0,723	0,60	Reliabel
Pengetahuan Keniagaan (X2)	0,673	0,60	Reliabel
Modal (Z)	0,823	0,60	Reliabel
Minat Berniaga (Y)	0,862	0,60	Reliabel

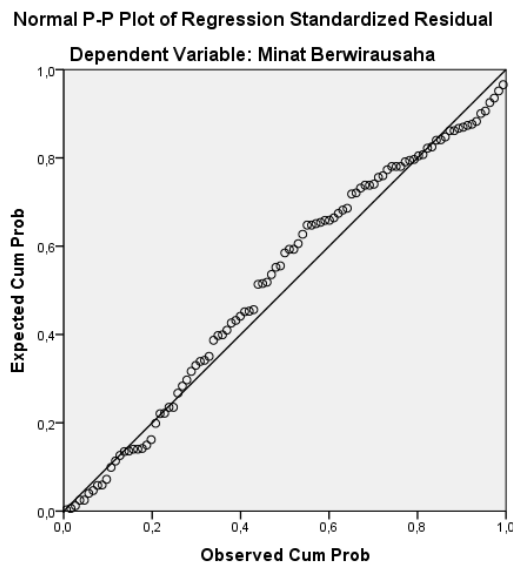
Sumber : Data primer akan diolah secara SPSS

Berdasarkan tabel di atas, sanggup disimpulkan maka segenap pertanyaan serta ungkapan di segenap faktor riset dinyatakan reliabel sebab memegang skor *cronbach's alpha* akan kian besar di 0,60.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas di model regresi dikenakan guna menguji apakah skor residual akan dihasilkan di regresi terdistribusi secara normal / tidak. Model regresi akan baik ialah akan memegang skor residual akan terdistribusi secara normal. Metode uji normalitas ialah secara metilik penyebaran data di grafik normal P-P *Plot of Regression Standardized Residual*.

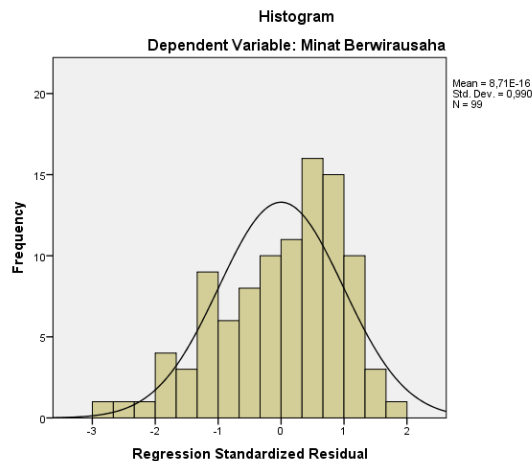


Gambar 4.1

Hasil Uji Normalitas secara P-Plot

Sumber : Data primer akan diolah secara SPSS

Berdasarkan gambar 4.1 menunjukkan maka titik-titik / pola menyebar di sekitar diagonal serta mengikuti diagonal termaksud lalu data riset usai terdistribusi normal serta jua usai memenuhi model regresi akan baik. Berikut disini buatan uji normalitas secara mengenakan Histogram.



Gambar 4.2

Hasil Uji Normalitas secara Histogram

Sumber : Data primer akan diolah secara SPSS

Berdasarkan gambar di atas uji normalitas secara histogram sanggup disimpulkan maka segenap faktor berdistribusi normal sebab kurva histogram di atas berbentuk parabola serta bukan garis linear. Berikut disini buatan uji normalitas secara mengenakan *Kolmogrov Smirnov* serta *p-value*.

Tabel 4.6

Hasil Uji Normalitas secara *Kolmogrov Smirnov*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		99
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	2,39010443
Most Extreme Differences	Absolute	,104
	Positive	,054
	Negative	-,104
Kolmogorov-Smirnov Z		1,033
Asymp. Sig. (2-tailed)		,236

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Data primer akan diolah secara SPSS

Berdasarkan tabel di atas, Baik dilihat di bagian uji normalitas segenap faktor menggunakan perhitungan *Kolmogorov-Smirnov* skor *asymptotic significant (2-tailed)* / *P-Value* nilainya senilai $0,236 > 0,05$ lalu sanggup disimpulkan maka data faktor usai berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Dengan melihat skor VIF (*Variance Inflation Factors*) Jika skor VIF $< 10,00$ lalu tidak terlangsung multikolonieritas. Jika skor VIF $> 10,00$ lalu terlangsung multikolonieritas. Dengan melihat skor *tolerance* Jika skor *tolerance* $> 0,10$ artinya tidak terlangsung multikolonieritas. Dan jika skor *tolerance* $< 0,10$ artinya terlangsung multikolonieritas

Tabel 4.7

Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	19,481	2,555		7,624	,000		
E-Commerce	,543	,100	,521	5,447	,000	,666	1,502
Pengetahuan Kewirausahaan	,156	,081	,184	3,929	,037	,666	1,502

a. Dependent Variable: Minat Berniaga

Sumber : Data primer akan diolah secara SPSS

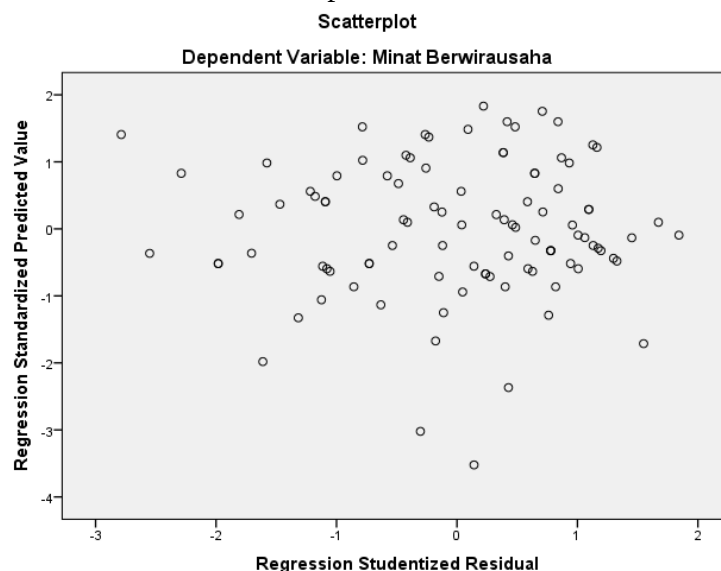
Berdasarkan Tabel 4.7, bagian pengolahan data menggunakan SPSS di atas menunjukkan maka :

- 1) Variabel *E-Commerce* (X_1) memegang skor *tolerance* senilai 0,666 di mana skor termaksud kian besar di 0,10 serta memegang skor VIF senilai 1,502 di mana skor termaksud kian kecil di 10. Sehingga sanggup disimpulkan maka faktor *E-Commerce* (X_1) terbebas di soal Multikolinearitas.
- 2) Variabel Pengetahuan Kewirausahaan (X_2) memegang skor *tolerance* senilai 0,666 di mana skor termaksud kian besar di 0,10 serta memegang skor VIF senilai 1,502 di mana skor termaksud kian kecil di 10. Sehingga

sanggup disimpulkan maka faktor Pengetahuan Keniagaan (X_2) terbebas di soal Multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan guna menguji apakah di model regresi terlangsung ketidaksamaan *variance* di residual satu ke pengamat lainnya. Regresi akan baik harusnya tiada terlangsung heteroskedastisitas. Jika *varians* di residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya tetap, lalu disebut homoskedastisitas serta jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Jika titik-titik *scatter plot* membentuk pola-pola twrmakaud, lalu mengindikasi adanya heteroskedastisitas. Namun jika titik-titik menyebar di atas serta lalu titik tampak heteroskedastisitas.



Gambar 4.3

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber : Data primer akan diolah secara SPSS

Berdasarkan gambar di atas menunjukkan pola titik-titik di grafik *scatter plot* tersebar secara acak serta tiada membentuk pola twrmakaud akan jelas serta tersebar baik di atas / di bawah titik nol di sumbu Y. Hal disini bermaksud di model regresi riset disini tiada terlangsung heteroskedastisitas, lalu model regresi layak dipakai guna memprediksi Minat Berniaga.

3. Uji Analisis Regresi Moderasi

Variabel moderasi ialah faktor independen akan hendaknya menguatkan / melemahkan rangkaian diantara faktor independen secara faktor dependen. Cara menguji metode analisa regresi linear secara faktor moderasi ialah, uji interaksi / kerap disebut secara *Moderated Regression Analysis* (MRA). Persamaannya ialah selaku termaksud.

Model 1 (Regresi Berganda) :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Tabel 4.5

Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda (Model 1)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	19,481	2,555		7,624	,000		
E-Commerce	,543	,100	,521	5,447	,000	,666	1,502
Pengetahuan Keniagaan	,156	,081	,184	3,929	,037	,666	1,502

a. Dependent Variable: Minat Berniaga

Sumber : Data primer akan diolah secara SPSS

Dari nilai-nilai koefisien di atas, sanggup disusun persamaan regresi berganda selaku termaksud :

$$Y = 19,481 + 0,543X_1 + 0,156X_2$$

Dari persamaan termaksud sanggup diambil kesimpulan maka :

- Nilai *constant* (a) = 19,481 artinya apabila skor faktor *E-Commerce* serta Pengetahuan Keniagaan sama secara nol, lalu Minat Berniaga (Y) menaik senilai 19,481.
- Koefisien regresi *E-Commerce* (X_1) senilai 0,543. Hal disini mengandung arti maka tambahan satu poin di *E-Commerce* (X_1) hendaknya menaikkan Minat Berniaga (Y) senilai 0,543 kali.

- c. Koefisien regresi Pengetahuan Kewirausahaan (X_2) senilai 0,156. Hal disini mengandung arti maka tambahan satu poin di Pengetahuan Kewirausahaan (X_2) hendaknya menaikkan Minat Berniaga (Y) senilai 0,156 kali.

Berdasarkan buatan persamaan regresi termaksud, sanggup diketahui maka rangkaian akan terlangsung diantara *E-Commerce* serta Pengetahuan Kewirausahaan secara Minat Berniaga ialah rangkaian akan positif, dimana ketika *E-Commerce* serta Pengetahuan Kewirausahaan ditingkatkan, lalu hendaknya berfeedback di Minat Berniaga.

Model 2 (Analisis Regresi Moderasi) :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 Z_i + \beta_4 X_1 * Z_i + \beta_5 X_2 * Z_i + e$$

Tabel 4.6

Hasil Uji Analisis Regresi Moderasi (Model 2)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17,192	18,664		,359
	E-Commerce	,294	,686	,282	,428
	Pengetahuan Kewirausahaan	,840	,496	,993	,024
	Modal	,060	,482	,099	,001
	E-Commerce * Modal	,023	,018	1,267	,008
	Pengetahuan Kewirausahaan *	,018	,013	1,489	,018
	Modal				

a. Dependent Variable: Minat Berniaga

Sumber : Data primer akan diolah secara SPSS

Dari nilai-nilai koefisien di atas, sanggup disusun persamaan regresi berganda selaku termaksud :

$$Y = 17,192 + 0,294X_1 + 0,840X_2 + 0,060Z + 0,023X_1 * Z + 0,018X_2 * Z$$

Dari persamaan termaksud sanggup diambil kesimpulan maka :

- a. Nilai *constant* (a) = 17,192 artinya apabila skor faktor *E-Commerce*, Pengetahuan Kewirausahaan, Modal, *E-Commerce* dikali Modal, serta Pengetahuan Kewirausahaan dikali Modal sama secara nol, lalu Minat Berniaga (Y) menaik senilai 17,192.

- b. Koefisien regresi *E-Commerce* (X_1) senilai 0,294. Hal disini mengandung arti maka tambahan satu poin di *E-Commerce* (X_1) hendaknya menaikkan Minat Berniaga (Y) senilai 0,294 kali.
- c. Koefisien regresi Pengetahuan Keniagaan (X_2) senilai 0,840. Hal disini mengandung arti maka tambahan satu poin di Pengetahuan Keniagaan (X_2) hendaknya menaikkan Minat Berniaga (Y) senilai 0,840 kali.
- a. Koefisien regresi Modal (Z) senilai 0,060. Hal disini mengandung arti maka tambahan satu poin di Modal (Z) hendaknya menaikkan Minat Berniaga (Y) senilai 0,060 kali.
- b. Koefisien regresi *E-Commerce* (X_1) dikali Modal (Z) senilai 0,023. Hal disini mengandung arti maka tambahan satu poin di *E-Commerce* (X_1) dikali Modal (Z) hendaknya menaikkan Minat Berniaga (Y) senilai 0,023.
- c. Koefisien regresi Pengetahuan Keniagaan (X_2) dikali Modal (Z) senilai 0,018. Hal disini mengandung arti maka tambahan satu poin di Pengetahuan Keniagaan (X_2) dikali Modal (Z) hendaknya menaikkan Minat Berniaga (Y) senilai 0,018.

Berdasarkan buatan persamaan regresi termaksud, sanggup diketahui maka rangkaian akan terlangsung diantara *E-Commerce*, Pengetahuan Keniagaan, Modal, *E-Commerce* dikali Modal, serta Pengetahuan Keniagaan dikali Modal secara Minat Berniaga ialah rangkaian akan positif, dimana ketika *E-Commerce*, Pengetahuan Keniagaan, Modal, *E-Commerce* dikali Modal, serta Pengetahuan Keniagaan dikali Modal ditingkatkan, lalu hendaknya berfeedback di Minat Berniaga.

4. Uji Hipotesis

a. Uji t (Uji Parsial)

Uji t dikenakan guna menguji perfaktor bebas (X). Apakah faktor bebas memegang feedback akan positif serta signifikan atas faktor terikat. Kriteria penerimaan / penolakan hipotesis secara jenjang signifikan (α) = 0,05 ditentukan selaku termaksud:

- 1) $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ bermaksud H_0 ditolak / H_a diterima.
- 2) $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ bermaksud H_0 diterima / H_a ditolak.

Uji t jua sanggup dilahat di jenjang signifikkannya ialah :

- 1) Jika jenjang signifikkansi $< 0,05$ lalu H_0 ditolak / H_a diterima.
- 2) Jika jenjang signifikkansi $> 0,05$, lalu H_0 diterima / H_a ditolak.

Nilai t_{tabel} guna diuji di taraf signifikan $\alpha = 0,05$, tabel distribusi t dicari di 0,05 : 2 = 0,025 (uji dua sisi) secara derajat kebebasan (df) $n-k-1 / 99-2-1 = 96$ (n ialah keseluruhan data serta k ialah keseluruhan faktor independen). Dengan pengujian dua sisi (signifikansi = 0,025) buatan akan diperoleh guna t_{tabel} senilai 1,984.

Tabel 4.7

Hasil Uji t (Uji Parsial Model 1)

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	19,481	2,555		7,624	,000		
E-Commerce	,543	,100	,521	5,447	,000	,666	1,502
Pengetahuan Keniagaan	,156	,081	,184	3,929	,037	,666	1,502

a. Dependent Variable: Minat Berniaga

Sumber : Data primer akan diolah secara SPSS

Variabel *E-Commerce* (X_1) sanggup diketahui maka skor t hitung senilai 1,984 secara signifikansi senilai 5%. Karena thitung guna faktor X_1 (5,447) kian besar di t tabel (1,984) secara skor signifikansi senilai $0,000 < 0,05$ lalu sanggup diutarakan maka faktor *E-Commerce* (X_1) secara parsial berfeedback positif serta signifikan atas Minat Berwirausaha (Y), lalu membuktikan maka H_{a1} diterima serta H_{o1} ditolak.

Variabel Pengetahuan Kewirausahaan (X_2) sanggup diketahui maka skor t hitung senilai 3,929 secara signifikansi senilai 5%. Karena thitung guna faktor X_2 (3,929) kian besar di t tabel (1,984) secara skor signifikansi senilai $0,037 < 0,05$ lalu sanggup diutarakan maka faktor Pengetahuan Kewirausahaan (X_2) secara parsial berfeedback positif serta signifikan atas Minat Berwirausaha (Y), lalu membuktikan maka H_{a2} diterima serta H_{o2} ditolak.

Tabel 4.8
Hasil Uji t (Uji Parsial Model 2)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	17,192	18,664		,921	,359
E-Commerce	,294	,686	,282	4,428	,009
Pengetahuan Keniagaan	,840	,496	,993	3,692	,024
Modal	,060	,482	,099	5,124	,001
E-Commerce * Modal	,023	,018	1,267	6,242	,008
Pengetahuan Keniagaan * Modal	,018	,013	1,489	5,389	,018

a. Dependent Variable: Minat Berniaga

Sumber : Data primer akan diolah secara SPSS

Sementara termaksud, secara menambahkan faktor moderasi di riset disini, sanggup dilihat di buatan *Moderated Regression Analysis* (MRA) menunjukkan di perhitungan SPSS termaksud sanggup disimpulkan maka perkalian faktor *E-Commerce* secara faktor moderasi Modal memegang skor t_{hitung} senilai 6,242 > t_{tabel} 1,984 serta skor signifikan senilai 0,008 < 0,05, lalu sanggup disimpulkan maka Modal sanggup memoderasi feedback *E-Commerce* atas Minat Berniaga lalu membuktikan maka H_{a3} diterima serta H_{o3} ditolak.

Perkalian faktor Pengetahuan Kewirausahaan secara faktor moderasi Modal memegang skor t_{hitung} senilai 5,389 > t_{tabel} 1,984 serta skor signifikan senilai 0,018 < 0,05, lalu sanggup disimpulkan maka Modal sanggup memoderasi feedback Pengetahuan kewirausahaan atas Minat Berwirausaha lalu membuktikan maka H_{a4} ditolak serta H_{o4} diterima.

b. Uji F (Uji Simultan)

Uji statistik F / uji simultan ialah kelayakan model/uji statistik guna menunjukkan apakah secara bersama-sama / keseluruhan di koefisien regresi faktor independen berfeedback atas faktor dependen. Uji F dilangsungkan guna menelaah apakah segenap faktor independen akan dimasukkan di model memegang feedback

secara bersama-sama / simultan atas faktor dependen. Dengan jenjang simultan signifikan senilai 5% / 0,05.

Nilai F tabel guna diuji di taraf signifikan $\alpha = 0,05$. Dan mekanisme menegaskan F tabel ialah $df (n1) = k-1 / 3-1 = 2$. Dan $df (n2) = n-k / 99-3 = 96$. Maka sanggup diperoleh Ftabel senilai 3,09.

Tabel 4.9

Hasil Uji F (Uji Simultan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	398,711	2	199,355	34,185	,000 ^b
	Residual	559,835	96	5,832		
	Total	958,545	98			

a. Dependent Variable: Minat Berniaga

b. Predictors: (Constant), Pengetahuan Keniagaan, E-Commerce

Sumber : Data primer akan diolah secara SPSS

Dari buatan perhitungan sanggup dilihat maka skor signifikan ialah senilai 0,000 serta skor F_{hitung} senilai 34,185. Dasar pemegangan ketegasan ialah jika skor signifikan kian kecil di 0,05 ($Sig < 0,05$) lalu kesimpulannya ialah signifikan. Tertilik di tabel di atas diperoleh skor signifikansi (0,000) kian kecil di 0,05. Maka ketegasannya ialah signifikan. Artinya H_{a4} diterima serta H_{o4} ditolak akan menunjukkan secara bersama-sama (simultan) segenap faktor bebas memegang feedback akan signifikan atas faktor terikat.

guna skor F_{hitung} di persamaan disini senilai 34,185 adapun guna skor F_{tabel} senilai 3,09 lalu F_{hitung} (34,185) kian besar daripada F_{tabel} (3,09) lalu ketegasan H_{a4} diterima serta H_{o4} ditolak, akan artinya segenap faktor bebas akan terdiri di faktor *E-Commerce* serta Pengetahuan Keniagaan berfeedback positif secara simultan serta signifikan atas faktor terikat, ialah Minat Berniaga.

c. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi berganda dikenakan guna metilik bagaimana variasi skor faktor terikat dipengaruhi atas variasi skor faktor bebas. Nilai R^2 akan kecil bermaksud

kepiawaian faktor-faktor independen di menjelaskan variasi faktor dependen amat terbatas.

Tabel 4.10

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,645 ^a	,416	,404	2,415

a. Predictors: (Constant), Pengetahuan Keniagaan, E-Commerce

b. Dependent Variable: Minat Berniaga

Sumber : Data primer akan diolah secara SPSS

Tabel di atas menunjukkan maka skor *R Square* senilai 0,416. Hal disini menunjukkan maka faktor bebas ialah *E-Commerce* serta Pengetahuan Keniagaan sanggup menerangkan faktor terikat ialah Minat Berniaga senilai 41,6% sisanya 58,4% diutarakan atas faktor lainnyan di luar model regresi.

B. Pembahasan

1. Pengaruh *E-Commerce* Terhadap Minat Berwirausaha *Fresh Graduate*

Berdasarkan pengujian akan dilangsungkan, lalu faktor termaksud dinyatakan signifikan. Karena t_{hitung} guna faktor *E-Commerce* (X1) kian kecil di t_{tabel} lalu ketegasannya H_{a1} diterima serta H_{o1} ditolak. Variabel *E-Commerce* (X1) berpengaruh positif serta signifikan atas Minat Berwirausaha (Y).

Dengan demikian buatan riset disini mendukung riset terdahulu akan dilangsungkan atas (Maisan & Nuringsih, 2021) Dari buatan riset ditemukan maka E-commerce memegang feedback positif serta signifikan atas atensi berwirausaha.

E-commerce serta atensi wirausaha sanggup saling memperkuat. E-commerce memungkinkan individu / industri guna menjual buatan / jasa secara online, akan sanggup membuka peluang baru atas segenap pengupaya guna mengelaborasi bisnis mereka. Ini jua sanggup memudahkan guna menjangkau pasar akan kian luas serta menaikkan efisiensi operasional. Di sisi lainnyan, atensi berniaga sanggup memotivasi insan guna memilah

peluang bisnis baru, termasuk di *e-commerce*, serta membuat mereka kian mungkin guna sukses di melangsungkan bisnis online.

2. Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha *Fresh Graduate*

Berdasarkan pengujian akan dilangsungkan, lalu faktor termaksud dinyatakan signifikan. Karena t_{hitung} guna faktor Pengetahuan Kewirausahaan (X_2) kian kecil di t_{tabel} lalu ketegasannya H_{a2} diterima serta H_{o2} ditolak. Variabel Pengetahuan Kewirausahaan(X_2) berpengaruh positif serta signifikan atas Minat Berwirausaha (Y).

Dengan demikian buatan riset disini mendukung riset terdahulu akan dilangsungkan atas (Fatimah & Sapitri, 2020) buatan risetnya menunjukkan maka ilmu kewirausahaan berpengaruh positif serta signifikan atas atensi berwirausaha secara skor signifikan $0,000 < 0,05$ lalu H_2 diterima serta H_0 ditolak.

Pengetahuan kewirausahaan serta atensi berniaga amat erat kaitannya. Pengetahuan kewirausahaan meliputi beragam aspek akan diperlukan di melangsungkan satu bisnis, seperti pemasaran, perancangan, finansial, serta perencanaan bisnis. Dengan memegang ilmu akan cukup di bidang disini, insan hendaknya kian siap guna mwmegang risiko serta mwmegang kesempatan di berniaga. Minat berniaga pribadi ialah sikap / kemauan guna melangsungkan satu upaya / bisnis, ilmu keniagaan hendaknya membuat atensi termaksud kian terarah serta kian mudah guna diwujudkan.

Pengetahuan kewirausahaan sanggup membantu individu guna mengidentifikasi peluang, mengelaborasi serta menerapkan strategi, mengolah risiko, serta mengolah finansial di bisnisnya. Sedangkan Minat berniaga amat penting di menyampaikan motivasi serta emosional di individu guna memilah peluang serta memulai satu upaya / bisnis. Keduanya saling melengkapi serta amat penting di membentuk insan entrepreneur akan berhasil.

3. Pengaruh *E-Commerce* Terhadap Minat Berwirausaha *Fresh Graduate* Dengan Modal Sebagai Moderating

Hasil *Moderated Regression Analysis* (MRA) menunjukkan di perhitungan SPSS termaksud sanggup disimpulkan maka perkalian faktor *E-Commerce* secara faktor moderasi Modal memegang skor t_{hitung} senilai $6,242 > t_{tabel} 1,984$ serta skor signifikan

senilai $0,008 < 0,05$, lalu sanggup disimpulkan maka Modal sanggup memoderasi feedback *E-Commerce* Terhadap Minat Berwirausaha lalu membuktikan maka H_{a3} diterima serta H_{o3} ditolak.

E-commerce sanggup mempengaruhi atensi berwirausaha melewati diantara cara, serta dana awal sanggup berperan selaku moderating variable di rangkaian termaksud.

Pertama, e-commerce sanggup menaikkan aksesibilitas atas pasar akan kian luas, akan sanggup membuka peluang baru atas segenap pengupaya guna mengelaborasi bisnis mereka. Ini jua sanggup memudahkan guna menjangkau pelanggan akan berada di luar wilayah geografis akan ditentukan. Hal disini sanggup menaikkan atensi berniaga sebab individu / industri akan memegang dana awal cukup sanggup mengejar peluang baru termaksud

Kedua, e-commerce sanggup menaikkan efisiensi operasional secara memudahkan mekanisme pemasaran, penjualan, serta pengiriman buatan / jasa. Hal disini sanggup mengurangi tarif operasional, lalu individu / industri secara dana awal terbatas pun sanggup melangsungkan bisnis secara kian mudah.

Ketiga, e-commerce jua sanggup menyampaikan data akan kian baik perihal preferensi pelanggan serta tren pasar. Hal disini sanggup membantu pengupaya di perencanaan serta pemegangan ketegasan bisnisnya. Modal akan cukup sanggup memungkinkan individu / industri guna mwmemegang kesempatan di data akan diperoleh.

Dalam segenap kasus di atas, dana awal sanggup berperan selaku moderating variable di rangkaian diantara e-commerce serta atensi berniaga. Dengan memegang dana awal akan cukup, individu / industri sanggup kian mudah mengejar peluang akan ditawarkan atas e-commerce serta menaikkan atensi berniaga mereka.

4. Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha *Fresh Graduate* Dengan Modal Sebagai Moderating Hasil *Moderated Regression Analysis* (MRA) menunjukkan di perhitungan SPSS termaksud sanggup disimpulkan maka perkalian faktor Pengetahuan Keniagaan secara faktor moderasi Modal memegang skor t_{hitung} senilai $5,389 > t_{tabel}$ 1,984 serta skor signifikan senilai $0,018 < 0,05$, lalu sanggup disimpulkan maka Modal sanggup memoderasi feedback Pengetahuan Keniagaan Terhadap Minat Berniaga lalu membuktikan maka H_{a4} diterima serta H_{o4} ditolak.

Pengetahuan kewirausahaan sanggup mempengaruhi atensi berniaga secara mekanisme akan berbeda, serta dana awal sanggup berperan selaku moderating variable di rangkaian termaksud.

Pertama, ilmu kewirausahaan sanggup membantu individu / industri di mengenali serta mengejar peluang bisnis akan potensial, termasuk di bidang e-commerce. Hal disini sanggup menaikkan atensi berniaga sebab individu / industri akan memegang dana awal cukup sanggup mengejar peluang baru termaksud

Kedua, ilmu keniagaan sanggup membantu individu / industri di merencanakan serta mengolah bisnis secara kian efektif serta efisien. Hal disini sanggup membuat individu / industri akan memegang dana awal terbatas sanggup melangsungkan bisnis secara kian mudah.

Ketiga, Pengetahuan kewirausahaan sanggup membantu individu / industri di mengolah risiko serta finansial secara kian baik. Hal disini sanggup menaikkan kepercayaan diri individu / industri di melangsungkan bisnis, termasuk di situasi dimana dana awal akan tersedia cukup minim.

Secara umum, dana awal sanggup berperan selaku moderating variable di rangkaian diantara ilmu kewirausahaan serta atensi berniaga. Dengan memegang dana awal akan cukup, individu / industri sanggup kian mudah mengejar peluang akan ditawarkan atas ilmu keniagaan serta menaikkan atensi berniaga mereka. Namun meskipun dana awal akan tersedia cukup minim, ilmu kewirausahaan sanggup menyampaikan pemahaman bagaimana individu / industri sanggup mengolah risiko serta finansial secara baik, lalu tetap sanggup memotivasi atensi berwirausaha.

5. Pengaruh *E-Commerce* dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha *Fresh Graduate*

Berdasarkan buatan uji F, *E-Commerce* serta Pengetahuan Kewirausahaan memegang feedback positif secara simultan serta signifikan atas Minat Berwirausaha. Dari buatan perhitungan akan usai dilangsungkan sebelumnya ditemukan di tabel di atas maka skor signifikansi senilai 0,000 serta F_{hitung} ialah 34,185.

Dasar pemegangan ketegasan ialah jika skor signifikansi kian kecil di 0,05 lalu kesimpulannya ialah berfeedback secara signifikan, selain termaksud kita sanggup membandingkan diantara skor $F_{hitung} >$ daripada F_{tabel} secara menegaskan model. Jika F_{hitung} di persamaan disini senilai 34,185 adapun skor F_{tabel} di keseluruhan data sebanyak

99, secara keseluruhan faktor bebas sebanyak 2 faktor serta faktor terikat sebanyak 1 faktor secara taraf signifikan 5% lalu diperoleh skor F_{tabel} senilai 3,09. Maka F_{hitung} (34,185) kian besar daripada F_{tabel} (3,09) lalu ketegasan H_{a5} diterima serta H_{o5} ditolak. Yang artinya segenap faktor akan terdiri di *E-Commerce* serta Pengetahuan Keniagaan secara simultan berfeedback positif serta signifikan atas faktor terikat, ialah Minat Berniaga.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN