

PENGARUH TRANSPORTASI ONLINE DAN APLIKASI PEMBAYARAN ONLINE TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI MILENIAL ENTREPRENEUR DIMEDIASI REGULASI STARTUP

Kustiadi Basuki

Fakultas Ekonomi dan Bisnis - Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta
Email : kustiadibasuki@yahoo.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui besaran pengaruh transportasi online dan aplikasi pembayaran online terhadap keputusan menjadi milenial entrepreneur dimoderasi oleh regulasi startup. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 39 orang karyawan dan teknik penentuan sampel menggunakan teknik sampling jenuh yaitu, teknik penentuan sampel yang menggunakan populasi (seluruh pegawai Nissan) sebagai sampel. Pengumpulan data dilakukan dengan menyampaikan kuesioner berisi pernyataan/pertanyaan tentang variabel yang diteliti kepada responden sampel yang berjumlah 39 orang, sebagai data primer yang diukur dengan metode Skala Likert, selanjutnya diolah dan dianalisis menggunakan *SEM* melalui bantuan *software Partial Least Square (PLS)*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, transportasi online secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi milenial *entrepreneur*, namun secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap regulasi startup. Aplikasi pembayaran online secara parsial tidak berdampak signifikan terhadap keputusan menjadi milenial *entrepreneur*, namun secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap regulasi *startup*. Adapun regulasi startup secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi milenial entrepreneur. Regulasi *startup* secara parsial tidak mampu menambah pengaruh transportasi online dan aplikasi pembayaran online terhadap keputusan menjadi milenial *entrepreneur*.

Kata Kunci: Transportasi Online, Aplikasi Pembayaran Online, Keputusan Milenial *Entrepreneur*, Regulasi *Startup*

ABSTRACT

This study aims to analyze and determine the magnitude of the influence of online transportation and online payment applications on the decision to become a millennial entrepreneur moderated by startup regulations. The total population in this study were 39 employees and the sampling technique used was saturated sampling technique, namely, the sampling technique used the population (all Nissan employees) as the sample. Data was collected by submitting a questionnaire containing statements/questions about the variables studied to a sample of 39 people, as primary data measured by the Likert Scale method, then processed and analyzed using SEM through the help of Partial Least Square (PLS) software. The results show that online transportation partially has a positive and significant effect on the decision to become a millennial entrepreneur, but partially does not have a significant effect on startup

regulation. Partially, online payment applications do not have a significant impact on the decision to become a millennial entrepreneur, but partially have a positive and significant impact on startup regulations. The startup regulations partially have a positive and significant effect on the decision to become a millennial entrepreneur. Startup regulations are partially unable to increase the influence of online transportation and online payment applications on the decision to become a millennial entrepreneur.

Keywords: *Online Transportation, Online Payment Application, Millennial Entrepreneur Decision, Startup Regulation*

PENDAHULUAN

Manajemen pemasaran merupakan aktivitas penting bagi perusahaan dan merupakan sistem keseluruhan dari kegiatan usaha. Pemasaran tidak hanya berorientasi pada kegiatan menjual produk saja namun pemasaran memiliki tujuan yang lebih luas yaitu untuk merencanakan produk, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang atau jasa. Pemasaran merupakan ujung tombak keberhasilan perusahaan dalam mendapatkan laba melalui aktivitas penjualan barang atau jasa yang dihasilkan perusahaan.

Kemajuan teknologi dan informasi ini membuat generasi milenial mudah mendapatkan informasi apa saja yang mereka inginkan, sehingga arus globalisasi dari luar seperti gaya hidup barat yang dapat mudah masuk dan dengan mudah diserap begitu saja oleh generasi milenial, membuat nilai budaya yang dimiliki generasi milenial mulai perlahan menghilang Fitriyani (2019). Hal ini, jika generasi milenial dapat memanfaatkan teknologi dengan bijak dan dapat mengatasi arus globalisasi untuk hal yang positif, tentunya banyak hal yang dapat diperoleh. Semua itu tergantung generasi milenial dapat menyikapinya, jangan sampai arus globalisasi berpengaruh negatif dan membuat generasi milenial Indonesia tidak dapat maju. Indonesia dengan populasi penduduknya yang begitu besar (bonus demografi), semestinya generasi milenial kreativitas dan inovasinya mampu membangkitkan Indonesia dari keterpurukan ekonomi, dengan sikap kritis dan selektif dalam menghadapi arus globalisasi. Karena kemajuan bangsa Indonesia kedepannya akan ditentukan oleh generasi milenial yang ikut serta dalam kemajuan bangsa Indonesia.

Menurut Yamsibe (2018) dan Dahlqvist et al., (2000) generasi milenial saat ini sangat berperan penting dalam perkembangan ekonomi saat ini. Era digitalisasi saat ini sangat mendukung penuh bagi para pengusaha milenial baik itu transportasi maupun aplikasi pembayarannya, mempermudah pengguna untuk bertansaksi tanpa harus terjun di lapangan, peluang untuk menjadi pengusaha milenial sudah tidak diragukan lagi bagi sebagian orang yang sudah paham, distributor dan produsen sudah memberikan peluang kepada calon – calon pengusaha dengan menawarkan reseller kepada setiap orang.

Jumlah wirausaha di Indonesia menembus 3,1% dari total jumlah penduduk saat ini sekitar 260 juta jiwa atau sekitar 8,06 juta jiwa, angka tersebut melampaui standar internasional sebanyak 2% Siregar (2019) kemudian dikatakan juga bahwa jumlah wirausaha Indonesia bisa mencapai angka 5% di tahun 2019 ini atau sama dengan yang dicapai oleh negara Malaysia saat ini. Dapat kita lihat

juga bahwa tahun 2016 rasio wirausaha 1,65%, dan hingga akhir tahun 2017 meningkat dari 1,65% menjadi 3.1%.

Berfokus pada uraian di atas maka rumusan masalah penelitian ini seperti berikut : 1. Apakah transportasi online berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi milenial entrepreneur ?, 2. Apakah transportasi online berpengaruh positif terhadap regulasi startup ?, 3. Apakah aplikasi pembayaran online berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi milenial entrepreneur ?, 4. Apakah aplikasi pembayaran online berpengaruh positif terhadap regulasi startup ?, 5. Apakah regulasi startup berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi milenial entrepreneur ?, 6. Apakah intervensi regulasi startup dapat menambah pengaruh transportasi online terhadap keputusan menjadi milenial entrepreneur ?, 7. Apakah intervensi regulasi startup dapat menambah pengaruh aplikasi pembayaran online terhadap keputusan menjadi milenial entrepreneur.

REVIEW LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Manajemen Pemasaran

Menurut Rosad (2015) manajemen pemasaran adalah proses menganalisis, merencanakan, mengatur, dan mengelola program-program yang mencakup pengkonsepkan, penetapan harga, promosi dan distribusi dari produk, jasa dan gagasan yang dirancang untuk menciptakan dan memelihara pertukaran yang menguntungkan dengan pasar sasaran untuk mencapai tujuan perusahaan. Kotler (2012) mendefinisikan manajemen pemasaran sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul. Manajemen pemasaran adalah suatu proses yang dilakukan untuk menganalisis, merencanakan, mengkoordinasikan program-program yang menguntungkan perusahaan, dan juga dapat diartikan sebagai ilmu memilih pangsa pasar supaya dapat menciptakan nilai pelanggan yang unggul.

Pengaruh Transportasi Online Terhadap Keputusan Menjadi Milenial Entrepreneur

Kehadiran teknologi informasi dan komunikasi yang demikian cepat mendorong hadirnya transportasi berbasis online. Memadukan sepeda motor, mobil pribadi, taksi, dan kendaraan pengangkut barang pribadi, dan berbagai kebutuhan, menjadikan teknologi ini telah melahirkan transportasi online yang lebih unggul dibanding transportasi umum di ibu kota dan kota-kota di Indonesia. Transportasi online sangat mendukung bagi pengusaha kaum milenial saat ini karena hampir semua pengusaha saat ini memanfaatkan aplikasi penjualan online untuk meningkatkan efisiensi terutama bagi kaum milenial sebagaimana yang dikemukakan oleh (Hidayatullah, 2018) bahwa kaum milenial cenderung sangat pemalas, jadi mereka memanfaatkan aplikasi online dalam memenuhi kebutuhan mereka.

Berdasarkan uraian di atas maka dirumuskan hipotesis pertama (**H₁**) : Transportasi online berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi milenial entrepreneur.

Penagruh Transportasi Online Terhadap Regulasi Startup

Indrustri transportasi online ialah salah satu moda transportasi untuk mempermudah pelaku usaha dalam menjangkau konsumen, selain itu transportasi online juga bisa membahayakan karena ditujukan agar mematikan pesaing dan mengarah ke persaingan tidak sehat. Terdapat perbedaan dengan perusahaan konvensional yang melakukan promosi dengan menyisihkan profit untuk menjaga loyalitas konsumen sedangkan promosi oleh perusahaan transportasi online cenderung membakar modal untuk penguasaan pangsa pasar (Maulana, 2019).

Sesuai uraian di atas dapat ditetapkan hipotesis kedua (**H₂**) : Transportasi online berpengaruh positif terhadap regulasi startup.

Pengaruh Aplikasi Pembayaran Online Terhadap Keputusan Menjadi Milenial Entrepreneur

Seiring dengan perkembangan teknologi khususnya sejak diperkenalkannya internet sebagai media baru, penggunaan internet sebagai media jual beli semakin meningkat. Pembelian online atau Buying Online kini menjadi sebuah gaya hidup masyarakat modern, dimana trendnya semakin lama semakin meningkat, banyak keuntungan dan kemudahan yang didapat menjadikan salah satu faktor yang memicu trend pembelian online atau buying online. Aplikasi online sangat membantu kaum milenial pada saat ini karena dapat mempermudah memenuhi kebutuhan mereka serta dapat menjadi kesempatan untuk membangun usaha –usaha baru tanpa harus terjun langsung dilapangan. Hampir sebagian besar kaum milenial umumnya cenderung pemalas oleh karena itu mereka memanfaatkan aplikasi - aplikasi online dan pembayaran online (E-commerce) yang berkembang saat ini (Putri, 2018) (Godwin, 2001).

Berdasarkan uraian di atas ditetapkan hipotesis ketiga (**H₃**) : Aplikasi pembayaran online berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi milenial entrepreneur.

Pengaruh Aplikasi Pembayaran Online Terhadap Regulasi Startup

Perusahaan startup sangatlah bergantung dengan aplikasi pembayaran online karena penggunaanya terus meningkat setiap harinya (Wuryasti, 2019). Perkembangan teknologi menuntut masyarakat untuk menggunakan aplikasi pembayaran online untuk menjadi bagian dari kebutuhan. Regulasi startup sangat mempunyai peluang besar dalam menjalankan usahanya dimasa mendatang.

Berdasarkan uraian di atas maka ditetapkan hipotesis keempat (**H₄**) : Aplikasi pembayaran online berpengaruh positif terhadap regulasi startup.

Pengaruh Regulasi Startup Terhadap Keputusan Menjadi Milenial Entrepreneur

Startup juga sebagai solusi dalam mengatasi permasalahan pengangguran kaum muda terdidik. Di tengah masih tingginya angka pengangguran di Indonesia, pada Agustus 2018 tingkat pengangguran terbuka (TPT) sebesar 5,34 persen BPS (2018). Hal yang menjadi perhatian utama, untuk mengurangi tingkat pengangguran untuk tingkat pendidikan kejuruan terdidik seperti untuk pendidikan tingkat SMK (11,24 persen), SMA (7,95 persen), Diploma (6,02 persen), Universitas (5,89 persen) yang dikemukakan oleh (Ayo Bandung, 2019). Pemerintah sangat mendukung bagi calon pengusaha – pengusaha muda untuk

berkembang dalam menjalankan sebuah usaha karena startup tidak memerlukan lokasi yang terlalu strategis, karena modal utama menjalankan bisnis startup bukanlah lokasi melainkan internet.

Didasarkan uraian di atas ditetapkan hipotesis kelima (**H₅**) : Regulasi startup berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi milenial entrepreneur.

Regulasi Startup Mampu Menambah Pengaruh Transportasi Online Terhadap Keputusan Menjadi Milenial Entrepreneur

Modal utama memulai bisnis startup saat ini adalah Internet dan teknologi. Hal inilah yang membuat bisnis ini tidak memiliki batas, baik dari sisi lokasi maupun jarak. Sehingga, seluruh target pasarnya di mana pun mereka berada, bahkan hingga di seluruh dunia dapat melihat produk yang di jual. Hal ini berbeda dengan bisnis konvensional yang hanya bertumpu di satu lokasi saja, sehingga target pasar lebih terbatas karena letak geografis yang tidak mampu mencangkup seluruh wilayah (Novia, 2019). Selain itu transportasi online sangatlah mendukung untuk fasilitas membangun usaha regulasi startup.

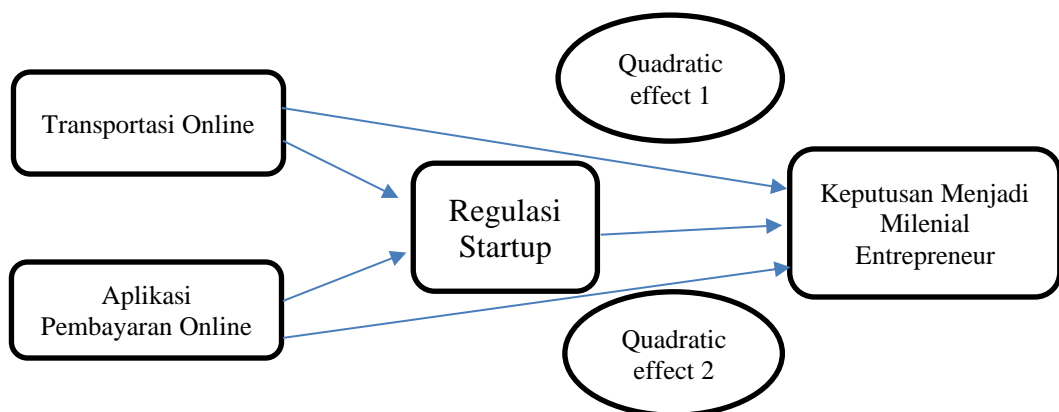
Berdasarkan uraian di atas maka di tetapkan hipotesis keenam (**H₆**) : Mediasi regulasi startup mampu menambah pengaruh transportasi online terhadap keputusan menjadi milenial entrepreneur.

Regulasi Startup Mampu Menambah Pengaruh Aplikasi Pembayaran Online Terhadap Keputusan Menjadi Milenial Entrepreneur

Menjalankan bisnis startup berarti akan dituntut untuk terus berpikir kreatif dan membuat inovasi-inovasi baru. Lewat kreativitas dan inovasi dapat mengubah hal kecil yang sebelumnya tidak diperhitungkan oleh orang-orang, namun menjadi sesuatu yang membuat masyarakat bergantung padanya Novia (2019). Untuk memulai menjadi pengusaha saat ini tidak lah sulit karena sebagian besar perusahaan teknologi informatika sudah menyiapkan sebuah wadah penjualan untuk kita memulai kapanpun yang kita inginkan.

Berdasarkan uraian di atas maka di tetapkan hipotesis ketujuh (**H₇**) : Mediasi regulasi startup mampu menambah pengaruh aplikasi pembayaran online terhadap keputusan menjadi milenial entrepreneur.

Model Penelitian



Gambar 1. Model Penelitian

METODE PENELITIAN

Populasi, Sampel dan Teknik Pengumpulan Data

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 39 orang karyawan.

Sampel merupakan suatu bagian kecil dari anggota populasi yang di ambil berdasarkan prosedur tertentu sehingga bagian tersebut dapat mewakili populasinya. Teknik penentuan sampel menggunakan teknik sapling jenuh yaitu, teknik penentuan sampel yang menggunakan populasi (seluruh pegawai Nissan) sebagai sampel.

Pengumpulan data dilakukan dengan menyampaikan kuesioner berisi pernyataan/pertanyaan tentang variabel yang diteliti kepada responden sampel yang berjumlah 39 orang, sebagai data primer. Data tersebut diukur dengan metode Skala Likert yang memiliki 5 alternatif jawaban dan diberi skor 1 sampai dengan 5, selanjutnya diolah dan dianalisis menggunakan SEM melalui bantuan *software Partial Least Square (PLS)*.

Operasionalisasi Variabel

Transportasi Online

Transportasi online adalah penyedia jasa angkutan online yang dapat dipesan melalui aplikasi berbasis online. Indikator transportasi online menurut, Cahyadi (2016) adalah usia, jam kerja, jumlah penumpang, tingkat pendidikan, kualitas layanan.

Aplikasi Pembayaran Online

Aplikasi pembayaran online atau e-commerce adalah alat tukar digitalisasi yang disediakan untuk melakukan pembayaran. Indikator aplikasi pembayaran menurut, Ebis (2017) adalah jumlah pendidik dan karakter konsumtif, meningkatnya jumlah pengguna internet, bisnis online lebih praktis, jangkauan lebih luas, sistem pembayaran sudah banyak berkembang.

Regulasi Startup

Regulasi startup adalah gerakan dan rencana perusahaan yang baru berdiri. Indikator regulasi startup menurut, Anitasari (2017) adalah kurang mengerti kondisi pasar, kosongnya kas perusahaan, tidak adanya kekompakan tim, jangan menyepelekan sebuah eksekusi dan tidak percaya diri melakukan perubahan konsep awal.

Keputusan Menjadi Milenial

Milenial entrepreneur ialah pengusaha muda yang umumnya hanya mengandalkan smart phone untuk melakukan sebuah usaha. Indikator keputusan menjadi milenial menurut, Kurniawati (2017) adalah word of mout, atmosfer, store image, reputasi dan kesetiaan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Outer model adalah hubungan antara indikator dengan konstruksya. Evaluasi awal atau pengujian pengukuran model bersifat reflektif yaitu dengan convergent validity. Evaluasi convergent validity dimulai dengan melihat item reliability (indikator validitas) yang ditunjukkan oleh nilai loading factor. Nilai

loading factor kurang dari 0,5 akan dihilangkan dalam model dan bila nilai loading factor lebih dari 0,5 maka memiliki validitas yang baik. Untuk penelitian tahap awal dari pengembangan skala pengukuran nilai loading 0,5 sampai 0,60 dianggap cukup. Uji signifikansi loading factor dapat dilakukan dengan t statistic atau p value, bila nilai t statistik > 1,96 dan p value < 0,05 maka memiliki validitas signifikan.

Tabel 1. Uji Validitas

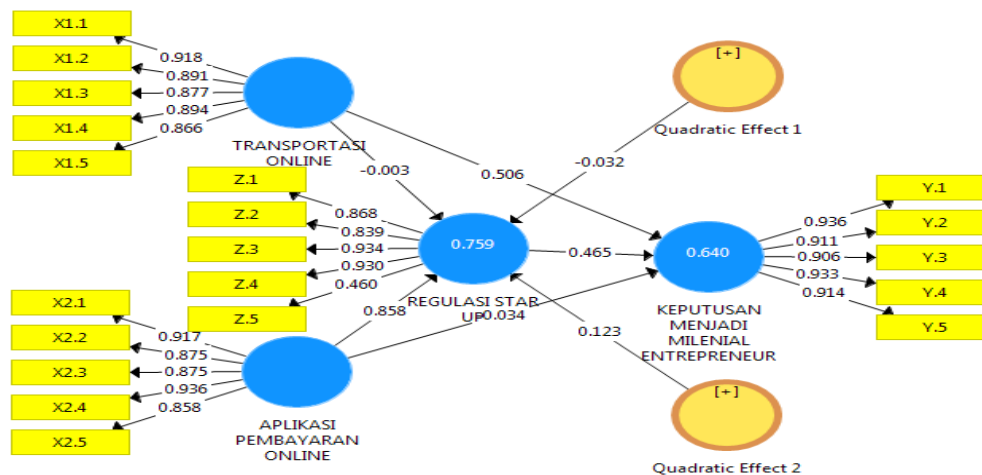
Hubungan Antar Variabel	Original Sample	Sample Mean	Standard Deviasi	T-Statistics	P-Value
Aplikasi Pembayaran Online* Aplikasi Pembayaran Online <- Quadratic Effect 2	1.256	1.247	0.177	7.090	0.00
Transportasi Online* Transportasi Online <- Quadratic Effectt 1	1.995	1.726	0.479	4.162	0.00
X1.1<-Transportasi Online	0.918	0.911	0.039	2.3494	0.00
X1.2<- Transportasi Online	0.891	0.877	0.058	1.9937	0.00
X1.3<- Transportasi Online	0.877	0.868	0.067	1.9974	0.00
X1.4<- Transportasi Online	0.894	0.884	0.050	1.9871	0.00
X1.5<- Transportasi Online	0.866	0.865	0.041	2.1124	0.00
X2.1<-Aplikasi Pembayaran Online	0.917	0.916	0.029	3.2159	0.00
X2.2<- Aplikasi Pembayaran Online	0.875	0.872	0.057	1.5224	0.00
X2.3<- Aplikasi Pembayaran Online	0.875	0.877	0.050	1.9928	0.00
X2.4<- Aplikasi Pembayaran Online	0.936	0.932	0.030	3.0764	0.00
X2.5<- Aplikasi Pembayaran Online.	0.858	0.868	0.059	1.9960	0.00
Y.1<-Keputusan Menjadi Milenial	0.936	0.933	0.032	2.9260	0.00
Y.2<- Keputusan Menjadi Milenial	0.911	0.907	0.051	1.9734	0.00
Y.3<- Keputusan Menjadi Milenial	0.906	0.913	0.042	2.1361	0.00
Y.4<- Keputusan Menjadi Milenial	0.933	0.931	0.029	3.1649	0.00
Y.5<- Keputusan Menjadi Milenial	0.914	0.912	0.041	2.2143	0.00
Z.1<- Regulasi Starup	0.868	0.870	0.059	1.9700	0.00
Z.2<- Regulasi Starup	0.839	0.843	0.095	8.820	0.00
Z.3<- Regulasi Starup	0.934	0.934	0.022	4.2189	0.00
Z.4<- Regulasi Starup	0.930	0.930	0.027	3.4971	0.00
Z.5<- Regulasi Starup	0.460	0.454	0.227	2.027	0.00

Sumber : Hasil Olahan Data *PLS* (2020)

Tabel 1 di atas menunjukkan bahwa, nilai indikator original sample hampir semua $> 0,5$ artinya semua indikator dari transportasi online, aplikasi pembayaran online, keputusan menjadi milenial entrepreneur, dan regulasi starup deksekusi sudah valid, serta didasarkan pada hasil uji T-Statistics setiap indikator nilainya $> 1,96$ (P-Values $< 0,05$)

Uji Reliabilitas

Instrumen reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2013). Uji reliabilitas dilakukan pada outer model :



Gambar 2. Uji Reliabilitas

Sumber : Hasil olahan Data PLS (2020)

- Composite Reliability. Data yang memiliki composite reliability > 0.7 mempunyai reliabilitas yang tinggi.
- Cronbach Alpha. Uji reliabilitas diperkuat dengan Cronbach Alpha. Nilai diharapkan > 0.7 untuk semua konstruk.
- Average Variance Extracted (AVE). Nilai AVE yang diharapkan > 0.5 .

Tabel 2. Hasil Pengujian Reabilitas

Keterangan	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reability</i>	<i>AVE</i>
ansportasi Online	0,934	0,950	0,791
plikasi Pembayaran Online	0,936	0,951	0,846
gulasi Starup	0,867	0,911	0,681
putusan Menjadi Milenial	0,955	0,965	0,846
adratic Effect 1	1,000	1,000	1,000
adratic Effect 2	1,000	1,000	1,000

Sumber : Hasil olahan Data PLS (2020)

Tabel 2 di atas menunjukkan semua data pada *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reability* nilainya $> 0,7$ yang mempunyai arti bahwa, Transportasi Online, Aplikasi Pembayaran Online, Regulasi Starup, dan keputusan menjadi milenial adalah reliable dan bisa digunakan untuk uji hipotesis, serta *Average Variance Extracted* (AVE) semua variabel nilainya $> 0,5$.

Pengujian Model Struktural (*Inner Model*),

Suatu data dinyatakan nilainya signifikan bila *T-Statistics* > 1,96 atau *P-Values* < 0,05 dan berikut Tabel 3 yang menunjukkan hasil uji hipotesis dengan menggunakan instrumen *Smart PLS* dapat dilihat data signifikan dan data tidak signifikan.

Tabel 3.Path Coefficients

Hubungan antar Variabel	Original sample	Sample Mean	Standard Deviasi	T Statistics	P Values
Transportasi Online -> Keputusan Menjadi Milenial	0.506	0.530	0.159	3.173	0.002
Transportasi Online -> Regulasi Starup	-0.003	0.014	0.121	0.028	0.978
Aplikasi Pembayaran Online -> Keputusan Menjadi Milenial	-0.034	-0.051	0.209	0.162	0.872
Aplikasi Pembayaran Online -> Regulasi Starup	0.858	0.866	0.077	11.076	0.000
Regulasi Starup->Keputusan Menjadi Milenial	0.465	0.458	0.156	2.986	0.003
Quadratic Effect 1-> Regulasi Starup	-0.032	-0.025	0.065	0.495	0.621
Quadratic Effect 2->Regulasi Starup	0.123	0.105	0.081	1.510	0.132

Sumber : Hasil olahan Data PLS (2020)

PEMBAHASAN HIPOTESIS

Pembahasan Hipotesis Pertama (H1)

Hasil pengujian H1 pada tabel 3 di atas bahwa transportasi online berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi milenial entrepreneur, dengan *T-Statistics* > 1,96 yakni 3,173 (*P-Values* < 0,05 yakni 0,002), artinya hipotesis pertama (H1) yang diajukan dalam penelitian ini dapat diterima. Kesimpulannya H1 dalam penelitian ini menunjukkan bahwa, Transportasi Online (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Menjadi Milenial *Entrepreneur* (Y)

Pembahasan Hipotesis Kedua (H2)

Tabel 3 di atas menunjukkan hubungan transportasi online dengan regulasi *startup* adalah tidak signifikan, dengan *T-Statistics* < 1,96 yakni 0,028 (*P-Values* > 0,05 yakni 0,978), artinya berdasarkan hasil pengujian tersebut maka Hipotesis kedua (H2) dalam penelitian ini tidak diterima. Dengan demikian hipotesis kedua (H2) dalam penelitian ini menunjukkan bahwa, transportasi online (1) tidak berdampak signifikan terhadap regulasi *startup* (Z).

Pembahasan Hipotesis Ketiga (H3)

Hasil pengujian hipotesis pada tabel 3 menunjukkan hubungan antara aplikasi pembayaran online dengan keputusan menjadi milenial entrepreneur adalah tidak signifikan dengan *T-Statistics* < 1,96 yakni 0,162 (*P-Values* > 0,05 yakni 0,872), artinya berdasarkan hal tersebut maka hipotesis ketiga (H3) tidak diterima. Dengan demikian hasil uji hipotesis ketiga (H3) dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa, aplikasi pembayaran online tidak berdampak signifikan terhadap keputusan menjadi milenial *entrepreneur*.

Pembahasan Hipotesis Keempat (H4)

Tabel 3 di atas hat dari tabel di atas menunjukkan hubungan antara aplikasi pembayaran online dengan regulasi startup adalah positif dan signifikan, dengan *T-Statistics* > 1,96 yakni 11,076 (*P-Values* < 0,05 yakni 0,000), artinya berdasarkan hal tersebut maka hipotesis keempat (H4) dalam penelitian ini dapat diterima. Dengan demikian hasil uji hipotesis keempat (H4) dalam penelitian ini dapat disimpulkan, bahwa aplikasi pembayaran online berpengaruh positif dan signifikan terhadap regulasi startup.

Pembahasan Hipotesis Kelima (H5)

Pada Tabel 3 di atas menyatakan bahwa, terdapat hubungan positif dan signifikan antara regulasi startup dengan keputusan menjadi milenial entrepreneur, dengan *T-Statistics* > 1,96 yakni 2,986 (*P-Values* < 0,05 yakni 0,003) yang dapat diartikan bahwa, berdasarkan hal tersebut hipotesis kelima (H5) dalam penelitian ini dapat diterima. Sehingga dapat disimplkan bahwa, hasil uji hipotesis kelima (H5) dalam penelitian ini menunjukkan regulasi startup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi milenial *entrepreneur*.

Pembahasan Hipotesis Keenam (H6)

Hasil uji hipotesis pada tabel 3 menunjukkan bahwa, regulasi startup tidak mampu menambah pengaruh transportasi online terhadap keputusan menjadi milenial entrepreneur, dengan *T-Statistics* < 1,96 yakni 0,495 (*P-Values* > 0,05 yakni 0,621) yang memiliki arti hipotesis keenam (H6) yang diajukan dalam penelitian ini tidak diterima. Sehingga kesimpulannya bahwa, regulasi startup dalam penelitian ini tidak mampu nambah pengaruh transportasi online terhadap keputusan menjadi milenial *entreprneur*.

Pembahasan Hipotesis Ketujuh (H7)

Tabel 3 di atas menunjukkan bahwa, regulasi startup belum mampu menambah pengaruh aplikasi pembayaran online terhadap keputusan menjadi milenial entrepreneur, dengan *T-Statistics* < 1,96 yakni 1,510 (*P-Values* > 0,05 yakni 0,132) yang artinya hipotesis ketujuh (H7) yang diajukan dalam penelitian ini tidak diterima. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa, regulasi startup tidak mampu menambah pengaruh aplikasi pembayaran online terhadap keputusan menjadi milenial *entrpeneur*.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Hasil pembahasan penelitian di atas dapat disimpulkan bahwa, transportasi online secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi milenial *entrepreneur*, namun transportasi online secara parsia tidak berpengaruh signifikan terhadap regulasi startup. Sedangkan aplikasi pembayaran online secara parsial tidak berdampak signifikan terhadap keputusan menjadi milenial *entrepreneur*, namun aplikasi pembayaran online secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap regulasi *startup*. Adapun regulasi startup secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi milenial entrepreneur. Selanjutnya regilasi startup secara parsial tidak mampu nambah pengaruh transportasi online dan aplikasi pembayaran online terhadap keputusan menjadi milenial *entreprneur*.

Saran

Saran atau rekomendasi selain menggunakan transportasi online dan aplikasi untuk menumbuh kembangkan milenial menjadi entrepreneur, baiknya bagi penelitian berikutnya memasukkan unsur kompetensi kewirausahaan, perdagangan secara daring (e-commerce), kreativitas dan inovasi agar hasil penelitiannya lebih akurat dan berdampak positif mendukung keputusan menjadi milenial semakin besar.

DAFTAR PUSTAKA

- Cahyadi, D. (2016). Analisis Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Driver Ojek Online. *Universitas Brawijaya*, 5 No 2.
- Dahlqvist, O., Davidsson, P., & Wicklund, J. (2000). Initial Conditions as Predictors of New Venture Performance : A Replication and Extension of the Cooper et al.study. *Enterprise and Innovation Management Studies*, 1(1), 1–18.
- Ebis, S. (2017, February). 6 Faktor Pendorong Bisnis E-Commerce Indonesia. *Smartbisnis.Co.Id*.
- Godwin, J. (2001). *Privacy and Security Concerns as Major Barriers for e-Commerce : A Survey Study. Information Management & Computer Security*, 9(4), 165–174
- Hidayatullah, S. (2018). Perilaku Generasi Milenial Dalam Menggunakan Aplikasi Online. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*, 6 No 2(240–249).
- Intan Fitriyani. (2019). *Era Globalisasi Menuntut Generasi Milenial Berjiwa Entrepreneur*. Student's Column.
- Kotler, K. (2012). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Lucky Radi, Ane Kurniawati, D. K. (2017). Analisis Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Inleh Generasi Milenial Pada Industri Kuliner di Kota Tasikmalaya. *Ekonomi Manajemen*, 3 No 1(18–27).
- Maulana, C. (2019). Regulasi Dan Pengawasan Transportasi Online. *Swa.Co.Id*, p. <https://swa.co.id/swa/trends/regulasi-dan-pengawas>.
- Novia. (2019). Keuntungan Memulai Bisnis Startup Dibanding Bisnis Konvensional Bagi Milenial. Retrieved October 18, 2019, from Jurnal.id website: <https://www.jurnal.id/id/blog/keuntungan-memulai-bisnis-startup-dibanding-bisnis-konvensional/>
- Nuraini Anitasari. (2017, August). Faktor - Faktor Penyebab Kegagalan Bisnis Startup. *Zahiraccounting.Com*.
- Putri, A. A. K. S. (2018). *Analisis Pengaruh Sikap Generasi Milenial Terhadap Minat Beli Onlie Pada Situs Jejaring Sosial*. Universitas Islam Indonesia.
- Redaksi AyoBandung. (2019, February 26). Startup Bisnis Generasi Milenial. *Ayobandung.Com*.
- Rosad, S. dan. (2015). *Manajemen Pemasaran*. bogor: in media.
- Siregar, T. (2019, March 21). Jumlah Wirausaha di Indonesia Tembus 8 Juta Jiwa. *RRI.Co.Id*.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung).
- Wuryasti, F. (2019). Regulasi Startup Harus JELas. *Mediaindonesia.Com*.
- Yamsibe, S. Y. (2018). *Profil Generasi Milenial Indonesia* (BPS, Ed.). Jakarta: Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak.