

ABSTRACT

One of the factors that affect interest in entrepreneurship is the motive for achievement, affiliation, and power. The purpose of this research was to determine how the motives of achievement, affiliation, and power, to know how much influence the motives of achievement, affiliation, and power of the interest in entrepreneurship on IM Telkom Business Administration student, find out if the motive of achievement and affiliation motives intertwined, find out if the motive is affiliated and motive power are interrelated, and the motive which greater influence.

The theory used is the theory of entrepreneurship, three achievements theory David McClelland (1961), and the theory of measurement interest. Three theories includes achievement motive, affiliation motive, and the motive power. While the theory of measure interest derived from the words, actions, or answer questions.

The method used is a causal study. The population in this study consisted of 820 people, including students in four generation of IM Telkom Business Administration student, with sample 89 people through the distribution of questionnaires and interviews. Data analysis techniques ranging from descriptive analysis, MSI (Method of Successive Interval), coefficient of determination, normality test, F, T test, path analysis, to test the hypothesis.

The results are descriptively contained motifs achievement, affiliation, power, and interest in entrepreneurship on IM Telkom Business Administration student. The coefficient of determination (R^2) of 34.9%, indicating that X influence Y, although not so great. In test F (simultaneous), F count produced is 15,161, larger than the F table 2.825 and figure significance (sig) $0.000 < 0.05$, which means there is a significant effect. In the t test (partial), t count the resulting patterns of achievement, affiliation, and power of the interest in entrepreneurship are each 3647, 0878, and 3058, while the t table for 1662, which means achievements motive power and influence, while the affiliation motive no effect on the interest in entrepreneurship. Based on pathway analysis, the relation X1 and X2 is equal to 54.7%, X2 and X3 relationships amounted to 30.8%.

It can be concluded that the motive for the biggest effect on interest in entrepreneurship is the achievement motive, at 50.9%.

Keywords : achievement motive, affiliation motive, power motive, interest in entrepreneurship

ABSTRAK

Salah satu faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha adalah motif berprestasi, berafiliasi, dan kekuasaan. Tujuan dalam penelitian ini adalah mengetahui bagaimana motif berprestasi, berafiliasi, dan kekuasaan, mengetahui berapa besar pengaruh motif berprestasi, berafiliasi, dan kekuasaan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Administrasi Bisnis IM Telkom, mengetahui apakah motif berprestasi dan motif berafiliasi saling terkait, mengetahui apakah motif berafiliasi dan motif kekuasaan saling terkait, dan mengetahui motif manakah yang lebih besar pengaruhnya.

Teori yang digunakan adalah teori kewirausahaan, tiga teori berprestasi David McClelland (1961), dan teori pengukuran minat. Tiga teori tersebut adalah motif berprestasi, motif berafiliasi, dan motif kekuasaan. Sedangkan teori pengukuran minat berasal dari ucapan, tindakan, atau menjawab pertanyaan.

Metode yang digunakan adalah studi kausal. Populasi dalam penelitian ini terdiri dari 820 orang yang termasuk dalam 4 angkatan mahasiswa Administrasi Bisnis IM Telkom, dengan sampel 89 orang melalui pembagian kuisioner dan wawancara. Teknik analisis data mulai dari analisis deskriptif, MSI (*Method of Succesive Interval*), koefisien determinasi, uji normalitas, uji F, uji T, analisis jalur, hingga pengujian hipotesis.

Hasil yang didapat adalah terdapat motif berprestasi, berafiliasi, kekuasaan, dan minat berwirausaha secara deskriptif pada mahasiswa Administrasi Bisnis IM Telkom. Koefisien determinasi (R^2) sebesar 34,9%, hal ini menunjukkan bahwa X berpengaruh terhadap Y walau tidak begitu besar. Dalam uji F (simultan), F hitung yang dihasilkan adalah 15.161, lebih besar dari F tabel 2,825 dan angka signifikansi (sig) $0,000 < 0,05$ yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan. Dalam uji t (parsial), t hitung yang dihasilkan motif berprestasi, berafiliasi, dan kekuasaan terhadap minat berwirausaha masing-masing adalah 3.647, 0.878, dan 3.058, sedangkan t tabel sebesar 1.662, yang artinya motif berprestasi dan kekuasaan memberikan pengaruh, sedangkan motif berafiliasi tidak memberikan pengaruh pada minat berwirausaha. Berdasarkan analisis jalur, hubungan X1 dan X2 adalah sebesar 54.7%, hubungan X2 dan X3 adalah sebesar 30.8%.

Dapat disimpulkan bahwa motif yang berpengaruh paling besar terhadap minat berwirausaha adalah motif berprestasi, sebesar 50.9%.

Kata Kunci : motif berprestasi, motif berafiliasi, motif kekuasaan, minat berwirausaha