

INTISARI

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMOTIVASI WANITA BERWIRAUSAHA MELALUI BISNIS *ONLINE*

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memiliki pengaruh terhadap motivasi wanita berwirausaha melalui bisnis *online* di Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini antara lain *pull factors*, *push factors*, *balance factors* dan *emotional factors* sebagai variabel independen serta motivasi berwirausaha melalui bisnis *online* sebagai variabel dependen. Sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer yang dikumpulkan menggunakan kuesioner. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 150 wanita yang berwirausaha melalui bisnis *online* di Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan tidak memberikan peluang sama rata bagi setiap anggota dari populasi yang dipilih. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi logistik multinomial. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial *pull factors*, *push factors*, *balance factors* dan *emotional factors* berpengaruh terhadap motivasi wanita berwirausaha melalui bisnis *online* di Yogyakarta.

Kata kunci: *pull factors*, *push factors*, *balance factors*, *emotional factors*, dan motivasi wanita berwirausaha melalui bisnis *online*

ABSTRACT

ANALYSIS OF THE FACTORS THAT MOTIVATE WOMEN TO BECOME ENTREPRENEURS THROUGH ONLINE BUSINESS

This study aims to identify the factors that have an influence on the motivation of women to become entrepreneurs through online businesses in Yogyakarta. This study uses quantitative research methods. The variables used in this study include pull factors, push factors, balance factors and emotional factors as independent variables and motivation for entrepreneurship through online business as the dependent variable. Sources of data used in this study is primary data collected using a questionnaire. The sample in this study amounted to 150 women who are entrepreneurs through online businesses in Yogyakarta. This study uses a non-probability sampling technique by not providing equal opportunities for each member of the selected population. The data analysis used in this research is multinomial logistic regression analysis. The results of this study indicate that partially pull factors, push factors, balance factors and emotional factors affect the motivation of women to become entrepreneurs through online businesses in Yogyakarta.

Keywords: pull factors, push factors, balance factors, emotional factors, and motivation for entrepreneurship through online business