

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**

##### **3.1.1 Universitas Multimedia Nusantara**

Universitas Multimedia Nusantara (UMN) adalah suatu universitas yang berlokasi di Tangerang dan didirikan oleh Kompas Gramedia pada tahun 2006. UMN memiliki konsep green campus untuk bangunan dan lingkungannya. Pada tahun 2013 dan 2014, UMN mendapatkan *Energy Efficient Building* tingkat ASEAN dan Nasional karena gedung dan lingkungannya yang ramah lingkungan. Pendidikan UMN berfokus di bidang teknologi informasi dan komunikasi (TIK) untuk semua programnya. Para mahasiswa dibekali oleh pengetahuan dan orientasi yang berhubungan dengan pengembangan TIK agar siap menghadapi perubahan, atau bahkan melakukan perubahan.

Program studi manajemen UMN memiliki lima jenis peminatan yaitu marketing management, financial management, human resources management, operation management serta business management. Business Management UMN merupakan peminatan baru di program studi manajemen yang diresmikan tahun 2019. Peminatan business management didesain untuk menyiapkan mahasiswa untuk menjadi seorang entrepreneur dengan memanfaatkan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi untuk menjadi seseorang yang kreatif, memiliki kemampuan untuk mengidentifikasi peluang serta mampu menganalisa pasar dan *competitor*.

Proses pembelajaran business management ini dimulai dari pengembangan ide, mengidentifikasi peluang ada, melakukan riset pasar, melakukan analisa *competitor*, memvalidasi ide yang ada, mengembangkan ide, solusi untuk mengatasi setiap rintangan, melakukan pitching ide bisnis sampai dengan bisnis tersebut dapat berjalan. Mahasiswa juga akan diajarkan memahami karakteristik-karakteristik dari seorang entrepreneur yang profesional untuk mencapai kesuksesan (Universitas Multimedia Nusantara, 2020).

Universitas Multimedia Nusantara memberikan materi mata kuliah kewirausahaan untuk meningkatkan kemampuan mahasiswa secara kognitif, dimana mahasiswa dapat mampu untuk mengerti dan memahami konsep *entrpreneurship* dengan memanfaatkan peluang bisnis yang ada melalui teknologi, memiliki jiwa kreatifitas yang tinggi, memiliki kemampuan untuk dapat melihat peluang yang ada serta menganalisis peluang tersebut. Mahasiswa - mahasiswa ini akan diberikan ilmu serta wawasan *entrepreneurship* mulai dari tahap penciptaan dan pengembangan ide bisnis, melakukan riset pasar, menganalisis pesaing, melakukan validasi ide, mengatasi setiap resiko dan hambatan, mempersiapkan presentasi dan melakukan pitching ide bisnis tersebut sampai pada tahap memulai bisnis. Mahasiswa juga akan mempelajari karakteristik dari seorang wirausaha yang baik untuk dapat menciptakan suatu bisnis yang sukses dengan cara yang lebih professional. Berikut ini adalah kurikulum pembelajaran terkait *entrepreneurship* yang ada di UMN:

- a. Technopreneurship
- b. Managing Leans Stratup
- c. Social Entrepreneurship
- d. New Venture Creation

e. Business Plan 1

f. Business Plan 2

(Universitas Multimedia Nusantara, 2020)



Sumber : (Universitas Multimedia Nusantara, 2020)

**Gambar 3.1 Logo UMN**

### **3.1.2 Universitas Prasetiya Mulya**

Universitas prasetiya mulya (PRASMUL) adalah pelopor program master of business administration (MBA) dan sekolah bisnis terkemuka di Indonesia. Lembaga ini didirikan pada tahun 1982 oleh para anggota pemimpin bisnis terkemuka di negara itu dengan tujuan untuk menjadi pusat pembelajaran yang sangat baik bagi wirausahawan bisnis, profesional, dan peneliti. Prasmul memiliki visi dan misi sebagai penggerak dalam kemajuan pengetahuan, pembentukan dan pertumbuhan bisnis yang berinovasi melalui pendidikan, dan pelatihan diberbagai

bidang ilmu demi kemajuan dan kemakmuran bangsa Indonesia (Universitas Prasetiya Mulya, 2021).

Prasetiya Mulya memiliki program studi S1 Business Management dengan harap dapat menghasilkan seorang entrepreneur terdidik yang mampu mengaplikasikan konsep bisnis ke dalam praktek bisnis yang nyata. Program ini dirancang dengan mengintegrasikan laboratorium bisnis ke dalam proses pembelajaran, menumbuhkan karakter seorang entrepreneur dan kepekaan sosial lulusannya dengan selalu membiasakan mahasiswa untuk merancang konsep bisnis inovatif yang dapat menyelesaikan permasalahan sosial dan lingkungan.

Universitas Prasetiya Mulya memberikan materi mata kuliah kewirausahaan untuk meningkatkan kemampuan mahasiswa secara kognitif. Berikut ini adalah kurikulum pembelajaran terkait *entrepreneurship* yang ada di Prasetiya Mulya:

- a. Technology-Based Business*
- b. Business Development*
- c. Business Process Improvement*
- d. Business Creation*
- e. Analytical & Creative Thinking*
- f. Hatching Program*
- g. Knowledge of Creative Business*
- h. Final Business Project*

(Universitas Prasetiya Mulya, 2021)



**UNIVERSITAS  
PRASETIYA MULYA**

Sumber : (Universitas Prasetiya Mulya, 2021)

**Gambar 3.2 Logo Prasmul**

### **3.1.3 Universitas Bina Nusantara**

Universitas bina nusantara (BINUS) merupakan kampus swasta yang berdiri pada 8 Agustus 1996. Visi dan misi dari BINUS adalah membangun bangsa dan berkontribusi dalam pembangunan masyarakat global dengan menyelenggarakan pendidikan kelas dunia dengan komitmen untuk terus mengupayakan yang terbaik, tekun, integritas, mendorong ide-ide kreatif, hubungan kerja yang kolaboratif, efektif, dan terpercaya sebagai satu tim.

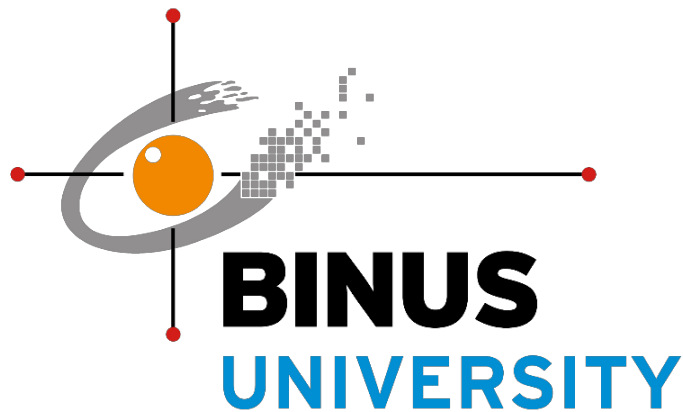
Program studi bisnis BINUS ada dua yaitu business creation dan international business management. *Business Creation Program* dirancang khusus untuk membentuk wirausahawan kreatif dan inovatif di masa depan. Kurikulum dilakukan dengan keseimbangan teori dan praktek, sehingga lulusan dapat memulai usaha baru di tahun ketiga. International business management dirancang untuk mempersiapkan mahasiswa menghadapi lingkungan yang berubah dan dinamis di dunia bisnis global. Menciptakan individu yang memahami kompleksitas menjalankan bisnis dalam skala internasional yang banyak diminati. Kurikulum dirancang dengan kombinasi penguasaan teori konseptual dan

pengalaman bisnis nyata dalam bisnis global, sehingga lulusannya siap bersaing baik di dunia bisnis nyata, menjadi wirausaha (Universitas Bina Nusantara, 2020).

Binus University memberikan materi mata kuliah kewirausahaan untuk meningkatkan kemampuan mahasiswa secara kognitif. Berikut ini adalah kurikulum pembelajaran terkait *entrepreneurship* yang ada di Binus:

- a) *Business Model Canvas*
- b) *Value Proposition Canvas*
- c) *Prototyping*
- d) *Marketing Mix*
- e) *Intellectual Property Protection*
- f) *Entrepreneurial Finance*

(Universitas Bina Nusantara, 2020)



Sumber : (Universitas Bina Nusantara, 2016)

**Gambar 3.3 Logo BINUS**

### 3.1.4 Universitas Pelita Harapan

Universitas Pelita Harapan (UPH) adalah sebuah universitas swasta kristen yang berlokasi di Lippo Village, Tangerang. UPH didirikan pada tahun 1994 oleh Ir. Johannes Oentoro dan Dr. (HC) James Riady (Lippo Group). UPH berkomitmen untuk mengelola universitas secara profesional melalui fakultas-fakultas dan kurikulum yang berkualitas tinggi serta penyediaan beasiswa untuk mahasiswa. UPH membekali mahasiswa bukan hanya sekedar pengetahuan, keterampilan dan kesiapan kerja tapi juga membekali mahasiswa melalui pembelajaran yang holistic dan transformative yang berakar pada Alkitab dan kerangka teologi.

Program studi manajemen UPH memiliki tujuh jenis peminatan yaitu pemasaran, investasi sumber daya manusia, kewirausahaan, bisnis internasional, keuangan, manajemen ritel dan manajemen kesehatan. Program studi manajemen UPH memperlengkapi mahasiswa nya dengan keterampilan manajemen berstandar global dan etika yang berdasarkan prinsip-prinsip alkitabiah serta menghasilkan lulusan yang cakap dan beretika, memiliki kemampuan manajerial yang baik, menjadi seorang profesional dalam bisnis yang tidak hanya membawa transformasi dalam dunia kerja, tetapi juga pada komunitas dan global (Universitas Pelita Harapan, 2020).

Universitas Pelita Harapan memberikan materi mata kuliah kewirausahaan untuk meningkatkan kemampuan mahasiswa secara kognitif. Berikut ini adalah kurikulum pembelajaran terkait *entrepreneurship* yang ada di UPH:

- a. Pengantar bisnis dan kewirausahaan
- b. Manajemen dan strategi kewirausahaan

c. Pengembangan Usaha

d. Inovasi Bisnis

e. *Marketing Digital*

(Universitas Pelita Harapan, 2020)



Sumber : (Universitas Pelita Harapan, 2020)

**Gambar 3.4 Logo UPH**

### **3.2 Desain Penelitian**

Menurut Malhotra, Nunan dan Briks (2017), desain penelitian dapat didefinisikan sebagai kerangka kerja atau *plan* dalam membuat sebuah proyek penelitian *marketing*. Desain penelitian juga memberi rincian dari prosedur atau tahap-tahap dalam memperoleh informasi yang dibutuhkan untuk menyusun dan/atau menyelesaikan masalah-masalah yang berhubungan dengan riset dalam bidang pemasaran.



### 3.2.1 Jenis Penelitian

Desain penelitian dapat diklasifikasikan secara luas kedalam dua jenis penelitian yaitu *exploratory research* dan *conclusive research* (K.Malhotra, Nunan, & Briks, 2017). Berikut adalah penjelasan secara rinci dari kedua jenis penelitian tersebut :

#### 1. *Exploratory Research Design*

Merupakan penelitian yang bertujuan untuk memberikan suatu wawasan dan pemahaman mengenai fenomena yang sedang terjadi. Penelitian ini digunakan ketika subjek dari penelitian yang sulit diukur. Proses dari *exploratory research* ini sifatnya fleksibel, tidak memiliki struktur namun dapat berkembang.

#### 2. *Conclusive Research Design*

Merupakan penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan suatu fenomena tertentu, serta untuk menguji hubungan antar hipotesis Penelitian ini membutuhkan informasi yang jelas dari suatu fenomena yang diuji. Proses dari penelitian ini bersifat formal dan memiliki struktur yang jelas .*Conclusive research design* memiliki dua tipe penelitian, yaitu :

##### a. *Descriptive Research*

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan sesuatu yang biasanya mengenai karakteristik pasar atau fungsi pasar. *Descriptive Research Design* ini menentukan metodenya sendiri untuk memilih sumber informasi yang akan digunakan untuk mengumpulkan data.

### *b. Causal Research*

Penelitian ini digunakan untuk mendapatkan suatu bukti dari hubungan sebab dan akibat antar variabel satu dengan yang lain. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat dan memahami mana variabel yang menjadi penyebabnya (variabel bebas) dan mana variabel yang menjadi pengaruh (variabel terikat) dari fenomena, untuk menentukan menguji hipotesis dan menentukan sifat hubungan antar variabel.

Penelitian ini dilakukan secara kuantitatif menggunakan *Conclusive Research Design* dengan tipe *Descriptive Research* karena penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menguji suatu hubungan hipotesis antar variabel. Metode pengumpulan data dilakukan dengan survey kepada mahasiswa-mahasiswa yang ada di universitas Tangerang. Peneliti menggunakan google form untuk menyebarkan survey kepada para responden. Pertanyaan-pertanyaan dalam survey menggunakan skala likert dari pernyataan sangat tidak setuju dan sangat setuju untuk mengukur jawaban-jawaban dari responden.

### **3.2.2 Data Penelitian**

Dalam bukunya Malhotra, Nunan dan Briks (2017), terdapat dua jenis data penelitian, diantaranya adalah sebagai berikut :

#### *1. Primary Data*

Adalah data yang berasal langsung dari seorang peneliti dengan maksud tertentu untuk menjawab suatu fenomena atau masalah yang terjadi.

## 2. *Secondary Data*

Adalah data yang sudah ada atau dikumpulkan oleh pihak lain dengan tujuan untuk menyelesaikan suatu masalah penelitian.

Penelitian ini *menggunakan primary data* dan *secondary data* sebagai sumber acuan dalam mengumpulkan data. *Primary data* digunakan peneliti sebagai sumber data yang paling utama yaitu dengan menggunakan metode *survey*. *Survey* dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara online melalui *google form* untuk mendapatkan data yang riil atau nyata sesuai jawaban dari setiap responden. Peneliti juga menggunakan *secondary data* sebagai sumber data pendukung yang diambil melalui artikel-artikel, jurnal penelitian, website ataupun dari buku-buku ilmiah para peneliti. *Secondary data* ini digunakan untuk membantu peneliti dalam menyusun dan merangkai penelitian ini secara sistematis serta penyusunan pertanyaan-pertanyaan penelitian yang lebih terstruktur.

### **3.3 Metode Penelitian**

Menurut Zikmund, Babin, Carr, & Griffin (2013), terdapat 2 jenis metode penelitian, yaitu:

#### 1. *Qualitative Research*

*Qualitative Research* adalah metode penelitian yang memungkinkan peneliti mendapatkan interpretasi dari fenomena yang terjadi dan tidak bergantung pada pengukuran numerik. Metode penelitian ini bertujuan untuk menemukan suatu makna yang sesungguhnya atau untuk menambah suatu wawasan baru.

## 2. *Quantitative Research*

*Quantitative Research* adalah metode penelitian yang digunakan untuk membahas tujuan dari penelitian melalui penilaian yang bersifat empiris dan bergantung pada pengukuran numerik.

Penelitian ini menggunakan *quantitative research* karena peneliti mengumpulkan data dengan menyebarkan kuesioner secara online dimana data yang telah dikumpulkan tersebut diukur secara numerik.

### **3.4 Ruang Lingkup Penelitian**

Menurut Malhotra, Nunan dan Briks (2017) dalam bukunya yang berjudul “*Marketing Research An Applied Research*”, terdapat 6 langkah-langkah dalam *sampling design process* yang berkaitan erat dan relevan dengan aspek penelitian yaitu: menentukan target dari populasi, menentukan kerangka *sampling* penelitian, menentukan teknik pengambilan sampel, menentukan ukuran sampel, menjalani keseluruhan proses pengambilan sampel dan yang terakhir melakukan validasi terhadap sampel yang ada dengan melakukan screening dari karakteristik yang telah ditentukan.

#### **3.4.1 Target Populasi**

Populasi adalah kumpulan elemen-elemen atau suatu objek yang memiliki informasi yang dibutuhkan sesuai dengan fenomena yang diteliti serta digunakan sebagai penentu oleh peneliti mengenai kesimpulan yang harus ditentukan. Target penelitian dari populasi ini adalah mahasiswa-mahasiswa di universitas Tangerang Angkatan 2017-2018 (K.Malhotra, Nunan, & Briks, 2017).

### **3.4.2 *Sampling Frame***

*Sampling frame* merupakan sebuah representasi dari elemen-elemen yang menjadi sasaran dari target populasi yang terdiri dari rangkaian arahan yang digunakan untuk mengidentifikasi target populasi (K.Malhotra, Nunan, & Briks, 2017). Dalam penelitian ini tidak terdapat kerangka *sampling*.

### **3.4.3 *Sampling Unit***

*Sampling unit* terdiri dari elemen-elemen yang terpilih dari suatu populasi yang telah ditentukan untuk digunakan dalam penelitian (Malhotra, Nunan, & Birks, 2017). *Sampling unit* dari penelitian ini adalah mahasiswa-mahasiswa pada universitas yang ada di Tangerang baik pria maupun wanita yang telah mendapatkan *entrepreneurship education*.

### **3.4.4 *Sampling Techniques***

Menurut Malhotra, Nunan dan Briks (2017), terdapat dua jenis *sampling techniques* yaitu *probability sampling* dan *non-probability sampling*. *Probability sampling* merupakan sebuah teknik pengambilan *sampling* yang didasarkan pada suatu kebetulan dengan menentukan terlebih dahulu *potential sample* yang diambil dari populasi yang memiliki kemungkinan sebagai *sample*. Sedangkan *non-probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang didasarkan penilaian dari peneliti itu sendiri.

Dalam *non-probability sampling*, terdapat 4 teknik yang digunakan, antara lain (K.Malhotra, Nunan, & Briks, 2017) :

#### *1. Convenience sampling*

Merupakan teknik pengambilan sample berdasarkan kenyamanan peneliti untuk mendapatkan elemen yang sesuai

## 2. *Judgemental sampling*

Merupakan bentuk dari *convenience sampling* dimana elemen-elemen dari suatu populasi tersebut berdasarkan dari penilaian peneliti.

## 3. *Quota sampling*

Pengambilan sample ini melewati dua tahap yang harus dilakukan. Tahap pertama terdiri dari pengembangan serta kuota dari suatu karakteristik elemen-elemen tertentu. Tahap kedua yaitu memilih sample dari elemen-elemen tersebut berdasarkan *convenience sampling* atau *judgemental sampling*.

## 4. *Snowball sampling*

Pengambilan sample yang dilakukan dengan mengandalkan *reference* dari responden-responden yang memiliki karakteristik yang sesuai dengan penelitian.

Penelitian ini menggunakan *non-probability sampling*. Teknik pengambilan sample yang digunakan pada *non-probability sampling* adalah *judgemental sampling* karena peneliti memiliki kriteria atau karakteristik responden tertentu dalam mengambil *sample* penelitian dan *snowball sampling* karena dalam penyebaran kuesioner, responden mereferensikan kepada orang disekitarnya yang sesuai dengan kriteria yang dimaksud dalam penelitian.

Kriteria – kriteria yang dimaksud didalan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Responden sedang menjalani pendidikan S1.
- Sudah mendapatkan *entrepreneurship education*. *Entrepreneurship education* yang ada harus terdapat modul yang berkaitan dengan teori maupun praktek kewirausahaan. Serta kurikulum atau materi yang

diberikan harus disesuaikan dengan kebutuhan yang ada di dunia kewirausahaan sesungguhnya.

### **3.4.5 Sampling size**

Merupakan banyaknya jumlah elemen yang akan dimasukkan kedalam penelitian (K.Malhotra, Nunan, & Briks, 2017). Berdasarkan pernyataan dari Hair, Black, Babin & Anderson (2014), *sampling size minimum* dalam suatu penelitian yaitu minimal ada lima pengukuran terhadap variabel yang akan dianalisis. Pengukuran variabel diasumsikan dengan  $n \times 5 \text{ observation}$ . Maka dalam penelitian ini *sampling size minimum* nya adalah 20 (total indikator penelitian)  $\times 5$ , totalnya yaitu 100 responden.

## **3.5 Prosedur Penelitian**

### **3.5.1 Periode Penelitian**

Penelitian ini berlangsung dalam waktu kurang lebih empat bulan yang diawali dengan proses dalam perumusan masalah, pengumpulan data, pengolahan data, dan yang terakhir yaitu membuat kesimpulan dan saran dalam penelitian. Penelitian ini dimulai dari bulan Februari sampai Juni 2020. Penyebaran kuesioner dilakukan pada 19 April 2020 – 22 Mei 2020.

### **3.5.2 Pengumpulan Data**

Dalam mengumpulkan *primary data*, peneliti menyebarkan survey yang dilakukan secara *online* melalui google form dengan *link* nya yaitu <http://bit.ly/surveyskripsijenni>. Sedangkan *secondary data*, peneliti mencari dan mengumpulkan informasi melalui artikel-artikel, jurnal penelitian, serta buku-buku ilmiah yang digunakan sebagai data pendukung penelitian.

### 3.5.3 Proses Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, terdapat beberapa tahapan dalam proses penelitian, antara lain sebagai berikut:

1. Mengumpulkan serta menganalisa data- data sekunder yang berkaitan dengan entrepreneurship yang ada di Indonesia melalui berbagai macam sumber seperti artikel-artikel, website, jurnal-jurnal ilmiah serta buku-buku yang telah ada.
2. Menentukan *research method* yang digunakan peneliti sebagai dasar untuk pertanyaan-pertanyaan *survey* yang akan disebar kepada responden.
3. Menyebarkan *survey online* tersebut kepada 30 responden dengan tujuan untuk melakukan pre-test. Pre-test ini dilakukan untuk menguji kelayakan dari tiap-tiap pertanyaan penelitian dengan mengukur reliabilitas dan validitasnya menggunakan SPSS.
4. Melakukan analisis dan memperbaiki hasil pre-test tersebut. Jika hasil pre-test tersebut sudah memenuhi persyaratan yang sudah ditentukan, maka peneliti dapat dilanjutkan dengan menyebarkan main test.
5. Mengolah data-data *main-test* yang telah dikumpulkan dari *survey online* tersebut menggunakan IBM SPSS dengan melakukan uji asumsi klasik, uji goodness of fit menggunakan koefisien determinasi, uji t dan uji f serta uji regresi linear berganda.
6. Melakukan analisis data dari hasil penelitian yang telah diolah menggunakan SPSS tersebut serta membuat kesimpulan dan saran dari hasil penelitian tersebut mengenai hubungan hipotesis antar variabel.



### **3.6 Variabel Penelitian**

#### **3.6.1 Variabel Dependen**

Variabel ini disebut dengan variabel terikat. Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau variabel yang menjadi akibat dikarenakan adanya suatu variabel bebas (Sugiyono, 2015). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah entrepreneurial intention (Y).

#### **3.6.2 Variabel Independen**

Variabel ini disebut dengan variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau variabel yang menjadi sebab dari munculnya variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah *entrepreneurship education* (X1), *entrepreneurial motivation* (X2), dan *entrepreneurial attitude* (X3).

### 3.7 Operasional Variabel Penelitian

**Tabel 3.1 Operasionalitas Variabel Penelitian**

No.	Variabel	Definisi Operasional	Kode	Measurement	Scaling Technique
1.	<i>Entrepreneurial Motivation</i>	Huarng, Tur dan Yu (2012), menyatakan motivasi berwirausaha adalah dorongan kuat dari dalam diri seseorang untuk memulai aktualisasi potensi diri dalam berpikir kreatif dan inovatif untuk menciptakan produk baru serta bernilai tambah guna kepentingan bersama.	EM1	Saya ingin memanfaatkan bakat kreatif saya melalui bisnis yang saya jalankan (Malebana, 2014).	<i>Likert 1-5</i>
			EM2	Saya ingin menantang diri sendiri melalui bisnis yang akan saya jalankan (Malebana, 2014).	
			EM3	Saya ingin memanfaatkan peluang pasar yang ada dan mengambil keuntungan melalui bisnis yang saya jalankan (Malebana, 2014).	

No.	Variabel	Definisi Operasional	Kode	Measurement	Scalling Technique
			EM4	Saya menjalani bisnis karena saya ingin membuka lapangan pekerjaan untuk saya dan bahkan untuk orang lain (Malebana, 2014).	
			EM5	Saya termotivasi wirausaha lainnya yang dapat menjalani bisnis mereka hingga sukses (Malebana, 2014).	
2.	<i>Entrepreneurial Attitude</i>	Suryana & Bayu (2011) menjelaskan bahwa sikap kewirausahaan adalah kesiapan seseorang untuk merespon secara konsisten terhadap ciri-ciri yang dimiliki oleh seorang	EA1	Saya yakin kemampuan yang saya miliki dapat menjalankan usaha ini secara maksimal (Rohmah, 2019).	<i>Likert 1-5</i>
			EA2	Saya menyadari bahwa dalam	

No.	Variabel	Definisi Operasional	Kode	Measurement	Scalling Technique
		wirausaha, yaitu percaya diri, berorientasi pada tugas dan hasil, pengambilan risiko dan suka tantangan, kepemimpinan, keorisinilan, dan berorientasi ke masa depan.		menjalankan suatu usaha akan ada risiko yang tinggi namun akan mendapatkan hasil yang tinggi juga (Rohmah, 2019).	
EA3	Saya akan terus mencari ide baru dan melakukan inovasi terhadap produk yang dibuat agar diterima konsumen dipasar (Rohmah, 2019).				
EA4	Saya berani dan percaya diri untuk bersaing dengan wirausahawan lainnya (Rohmah, 2019).				

No.	Variabel	Definisi Operasional	Kode	Measurement	Scalling Technique
			EA5	Saya bersedia menerima kritik dan saran dari orang lain apabila usaha saya mengalami kegagalan (Rohmah, 2019).	
3.	<i>Entrepreneurship Education</i>	Wulandari (2013) menjelaskan bahwa <i>entrepreneurial intentions</i> didefinisikan sebagai sebuah rasa ingin atau tertarik yang timbul dalam diri seseorang untuk mau untuk berusaha memenuhi kebutuhan hidupnya dengan menciptakan usaha yang baru tanpa ada perasaan takut atau khawatir dengan resiko yang akan terjadi.	EE1	Pendidikan kewirausahaan meningkatkan minat saya untuk menjadi seorang wirausaha (Rudhumbu, Svtwa, Munyanyiwa, & Mutsau, 2016).	<i>Likert 1-5</i>
			EE2	Pendidikan kewirausahaan memampukan saya untuk mengidentifikasi peluang bisnis	

No.	Variabel	Definisi Operasional	Kode	Measurement	Scalling Technique
				(Rudhumbu, Svotwa, Munyanyiwa, & Mutsau, 2016).	
			EE3	Pendidikan kewirausahaan membuat saya mengetahui karakteristik wirausaha yang sesungguhnya (percaya diri, berani, kreatif) (Rudhumbu, Svotwa, Munyanyiwa, & Mutsau, 2016).	
			EE4	Pendidikan kewirausahaan membuat saya memperoleh keterampilan, pengetahuan dan kompetensi yang diperlukan untuk	

No.	Variabel	Definisi Operasional	Kode	Measurement	Scalling Technique
				merancang suatu bisnis baru (Rudhumbu, Svotwa, Munyanyiwa, & Mutsau, 2016).	
			EE5	Pendidikan kewirausahaan membuat saya mengerti tentang kewajiban, tanggung jawab dan resiko dari seorang wirausaha (Rudhumbu, Svotwa, Munyanyiwa, & Mutsau, 2016).	
4.	<i>Entrepreneurial Intention</i>	The Consortium for Entrepreneurship Education dalam Raposo & Paço (2011) menyatakan bahwa pendidikan kewirausahaan bukan sekedar mengajarkan	EI1	Saya siap melakukan apapun untuk menjadi pengusaha (Liñán & Chen, 2006).	<i>Likert 1-5</i>
			EI2	Tujuan profesional saya adalah	

No.	Variabel	Definisi Operasional	Kode	Measurement	Scalling Technique
		seseorang untuk menjalankan suatu usaha tetapi juga mendorong pemikiran kreatif, peningkatan harga diri serta pemberdayaan yang kuat.		menjadi seorang pengusaha (Liñán & Chen, 2006).	
EI3	Saya berniat untuk membuat bisnis saya sendiri masa depan (Liñán & Chen, 2006).				
EI4	Saya memiliki pemikiran serius untuk memulai bisnis saya (Liñán & Chen, 2006).				
EI5	Saya akan berusaha semaksimal mungkin untuk memulai dan menjalankan perusahaan saya sendiri (Liñán & Chen, 2006).				



### **3.8 Teknik Pengolahan Analisis Data**

#### **3.8.1 Uji Instrumen Pretest dan Maintest**

Uji pre-test merupakan suatu survei yang dilakukan sebelum melakukan survey skala besar dengan jumlah sample yang lebih sedikit. Dalam melakukan uji pre-test, peneliti mengumpulkan 30 responden dengan cara menyebarkan survey secara online kepada mahasiswa di Tangerang. Uji pre-test ini bertujuan agar pada saat melakukan survei dengan skala yang lebih besar hasil yang terkumpul dapat konsisten dan diandalkan. Sedangkan uji maintest merupakan uji dari keseluruhan data yang telah dikumpulkan. Uji maintest bertujuan untuk melihat valid dan reliabel dari data secara keseluruhan. Hasil data *pre-test* dan *main-test* yang terkumpul akan diuji dan diolah menggunakan software statistik yaitu SPSS versi 26 dengan menguji tingkat reliabilitas dan validitas dari pertanyaan pertanyaan yang ada dalam kuesioner.

##### **3.8.1.1 Uji Validitas**

Validitas merupakan instrumen yang digunakan untuk mengukur validnya variabel dari sebuah penelitian (Sugiyono, 2015). Validitas data yang baik seharusnya tidak akan ada error dalam pengukurannya. Pengukuran yang valid seharusnya akan memenuhi beberapa syarat berikut ini :

**Tabel 3.2 Nilai Ukur Validitas**

No.	Ukuran Validitas	Definisi	Nilai yang disyaratkan
1	<b><i>Kaiser Meyer Olkin (KMO) Measure of Sampling Adequacy</i></b>	Merupakan suatu pengukuran dari sampling adequacy yang digunakan untuk memeriksa dan menilai kesesuaian analisis faktor (K.Malhotra, Nunan, & Briks, 2017).	Jika nilai dari KMO $\geq 0,5$ maka data tersebut dinyatakan VALID Jika nilai dari KMO $< 0,5$ maka data tersebut dinyatakan TIDAK VALID.
2	<b><i>Barlett's Test of Sphericity</i></b>	Merupakan alat uji yang digunakan untuk menguji atau mengukur suatu hipotesis dan menyatakan bahwa variabel tersebut tidak berkorelasi didalam populasi (K.Malhotra, Nunan, & Briks, 2017).	Jika hasil dari uji data tersebut signifikan $< 0,05$ maka menunjukkan bahwa antara variabel tersebut memiliki hubungan yang signifikan.
3	<b><i>Anti-image Correlation Matrics</i></b>	Merupakan suatu proses penyaringan terhadap variabel variabel yang digunakan untuk melihat apakah variabel tersebut memenuhi syarat yang telah ditentukan (K.Malhotra, Nunan, & Briks, 2017).	Jika nilai MSA = 1, menyatakan variabel-variabel tersebut dapat diperkirakan tanpa adanya kesalahan dari variabel lain. Jika nilai MSA $\geq 0.50$ , menyatakan variabel-variabel tersebut dapat

No.	Ukuran Validitas	Definisi	Nilai yang disyaratkan
			diperkirakan dan bisa dianalisis secara lanjut.  Jika nilai MSA < 0.50, menyatakan variabel-variabel tersebut tidak bisa dianalisis secara lanjut.
4	<b><i>Factor Loading of Component Matrix</i></b>	Merupakan sebuah korelasi sederhana antara variabel dan faktor (K.Malhotra, Nunan, & Briks, 2017).	Kriteria validnya suatu indikator dapat membentuk faktor, yaitu jika nilai dari factor loading tersebut adalah > 0.50.

### 3.8.1.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan instrumen yang jika digunakan beberapa kali untuk variabel yang sama, maka akan menghasilkan data yang sama juga (Sugiyono, 2015). Survey dari suatu penelitian dikatakan reliabel jika jawaban-jawaban dari survey tersebut hasilnya sama terus kedepannya, maka pengukuran tersebut bisa diandalkan. Pengukuran data tersebut dikatakan reliabel jika nilai dari Cronbach's Alpha  $\geq 0,7$  (Hair, Black, Babin, & Anderson, 2014).

### 3.8.2 Uji Asumsi Klasik

#### 3.8.2.1 Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas merupakan alat uji regresi yang bertujuan untuk menguji apakah model regresi tersebut ditemukan bahwa ada

korelasi antara variabel independen (bebas) (Ghozali, 2013). Jika tidak terjadi korelasi antar variabel independen tersebut maka model regresi tersebut dinyatakan baik. Namun jika antar variabel independent tersebut terjadi korelasi maka variabel – variabel tersebut tidak orthogonal. Variabel ortogonal adalah suatu variabel independen yang memiliki nilai korelasi antar variabel independen sama dengan nilai nol. Syarat -syarat untuk mendeteksi ada atau tidaknya uji multikolonieritas dalam model regresi dilihat dari nilai *tolerance* dan nilai.VIF (Variance Inflation Factor) Jika nilai *tolerance* nya lebih kecil atau sama dengan  $\leq 0.10$  atau nilai VIF  $\geq 10$  menunjukkan bahwa tidak adanya multikolonieritas. Begitu Sebaliknya jika nilai tolerancenya lebih  $\geq 0.10$  dan nilai VIF  $\leq 10$  menunjukkan bahwa tidak adanya multikolonieritas (Ghozali, 2013).

### 3.8.2.2 Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan alat uji yang bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, residual atau variabel pengganggu tersebut memiliki distribusi normal (Ghozali, 2013). Uji normalitas dapat dilakukan dengan 2 cara yaitu analisis grafik dengan melihat grafik histogram dan dari grafik plots probabilitas normal atau dengan cara uji statistik. Pada analisis grafik hasil dilihat dengan membandingkan data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Sedangkan uji statistik dilakukan dengan melihat nilai *Kolmogorov-Smirnov*. Syarat-syarat nya yaitu dilihat pada nilai signifikansi dari hasil uji yang dilakukan. Jika nilai signifikansi  $> 0.05$  maka data tersebut terdistribusi secara normal. Namun jika nilai signifikansi menunjukkan  $< 0.05$  maka data tersebut tidak terdistribusi secara normal. Pada penelitian ini, peneliti

menguji normalitas dengan melihat grafik histogram dan grafik P-Plot normalitas.

### 3.8.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan alat uji yang bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi tersebut terjadi ketidaksamaan variance dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2013). Jika variance dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka data tersebut disebut dengan homoskedastisitas. Namun jika berbeda maka disebut dengan heteroskedastisitas. Suatu model regresi dikatakan baik jika tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk dapat mendeteksi apakah ada atau tidak adanya heteroskedastisitas dalam model regresi adalah dengan melakukan pengujian pada grafik plot yaitu dengan cara melihat titik - titik yang membentuk pola tertentu pada grafik scatterplot. Jika terdapat pola tertentu pada grafik seperti titik – titik yang membentuk pola tertentu dan teratur (bergelombang, melebar dan menyempit), maka data tersebut menunjukkan terjadi heteroskedastisitas. Namun, jika tidak ada pola yang jelas seperti titik – titik yang menyebar diatas dan berada dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Pengujian dalam grafik plot ini memiliki kelemahan karena jumlah pengamatan yang mempengaruhi hasil dari plotting. Semakin sedikit jumlah dari pengamatan, maka semakin sulit untuk menginterpretasikan hasil dari grafik plot.

Uji heteroskedastisitas juga dapat dideteksi dengan alat uji yang disebut dengan uji *glejser* untuk menjamin dari keakuratan hasil yang telah

diuji dengan menggunakan grafik scatterplot. Syarat dari pengujian ini yaitu dilihat dari nilai signifikansi harus sebesar  $> 0,05$  maka data tersebut terdapat homoskedastisitas (Ghozali, 2013).

### 3.8.3 Uji Hipotesis

#### 3.8.3.1 Uji Analisis Linear Berganda

Analisis regresi berganda adalah alat uji yang digunakan untuk menganalisis suatu hubungan antara variabel dependen dan sejumlah variabel independen. Analisis regresi berganda menguji variabel - variabel independen yang mempengaruhi variabel dependen tunggal dalam penelitian (Hair, Black, Babin, & Anderson, 2014). Persamaan dari regresi berganda ini adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

Y = *Entrepreneurial Intention*

X1 = *Entrepreneurship Education*

X2 = *Entrepreneurial Motivation*

X3 = *Entrepreneurial Attitude*

a = Konstanta

b = Koefisien dari Regresi Linear

e = Error atau residual

#### 3.8.3.2 Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) adalah alat uji yang digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan suatu model dalam menerangkan variasi

dari variabel dependen. Nilai koefisien determinasi ini ditentukan dari nilai *adjusted R square* yang terdiri antara nol dan satu. Nilai koefisien determinasi yang kecil menunjukkan bahwa kemampuan variabel – variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen cukup terbatas. Sedangkan nilai R<sup>2</sup> yang mendekati nilai satu menunjukkan bahwa variabel independen memberikan hampir semua informasi yang diperlukan untuk memprediksi variasi dari variabel dependen (Ghozali, 2013).

### 3.8.3.3 Uji Signifikan Parameter Individual (Uji Statistik t)

Menurut (Ghozali, 2013), uji statistic t adalah alat uji yang digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel – variabel independen dalam menerangkan variasi variabel dependen. Uji ini dilihat dari nilai *degree of freedom (df)*. Jika jumlah degree of freedom adalah 20 atau lebih derajat kepercayaan sebesar 5%. Hipotesis nol (H<sub>0</sub>) yang akan diuji dari suatu parameter (b<sub>i</sub>) adalah :

1. H<sub>0</sub> : b<sub>i</sub> = 0

Menunjukkan bahwa variabel independen tidak menjadi variabel penjelas terhadap variabel dependen.

2. H<sub>A</sub> : b<sub>i</sub> ≠ 0

Menunjukkan bahwa variabel independen tersebut merupakan variabel penjelas terhadap variabel dependen.

Uji statistic t ini juga dapat diuji dengan membandingkan nilai statistic t dengan titik kritis yang ada ditabel. Jika nilai t > nilai tabel, maka hipotesis alternatif tersebut disimpulkan dapat diterima (H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>A</sub> diterima).

Sebaliknya jika nilai  $t <$  nilai tabel, maka hipotesis alternatif tersebut disimpulkan tidak dapat diterima ( $H_0$  diterima dan  $H_A$  ditolak).

#### **3.8.3.4 Uji Signifikansi Keseluruhan Regresi Sample (Uji Statistik F)**

Menurut (Ghozali, 2013), uji statistik f adalah uji yang dilakukan untuk melihat apakah variabel independent dapat secara simultan atau bersama-sama berpengaruh ke variabel dependen. Uji F juga digunakan untuk melihat ketepatan dari suatu model regresi dalam menjelaskan variabel dependen. Syarat atau tolak ukur yang digunakan untuk menguji nilai f ini adalah:

- a. Jika nilai dari  $F >$  4 maka  $H_0$  dapat ditolak dengan tingkat kepercayaan 5%. Artinya kita menerima  $H_1$  yang menyatakan bahwa variabel independen tersebut dapat berpengaruh secara bersama-sama ke variabel dependen.
- b. Dengan membandingkan nilai F hitung dengan nilai F tabel. Jika nilai F hitung  $>$  nilai F tabel, maka keputusannya adalah  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.