



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

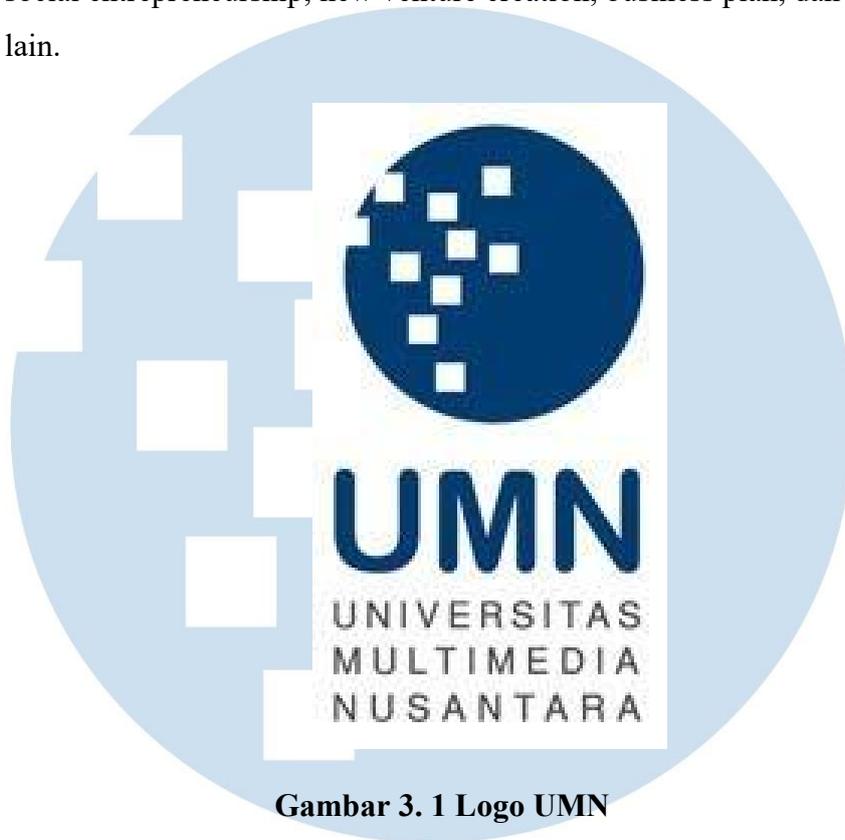
3.1.1 Universitas Multimedia Nusantara

Universitas Multimedia Nusantara adalah sebuah universitas swasta yang terletak di Gading Serpong, Tangerang, Banten. Universitas ini didirikan oleh Kompas Gramedia Group pada tanggal 25 November 2005 dan diresmikan dalam sebuah upacara di hotel Santika pada tanggal 20 November 2006. Universitas Multimedia Nusantara didirikan atas prakarsa Dr. (HC) Jakob Oetama sebagai pendiri Kompas Gramedia. Universitas Multimedia Nusantara memiliki beberapa fakultas yaitu fakultas bisnis, fakultas informasi dan teknologi, fakultas komunikasi, dan fakultas seni dan design.

Program studi di UMN memiliki lima jenis peminatan antara lain marketing management, financial management, operation management, human resources management, dan entrepreneurship. Peminatan entrepreneurship merupakan peminatan baru yang dibuat untuk menyiapkan mahasiswa untuk menjadi seorang entrepreneur dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi yang baik.

Universitas Multimedia Nusantara memberikan mata kuliah untuk meningkatkan kesadaran dan kemampuan mahasiswa untuk siap menjadi seorang entrepreneur. Dengan pembelajaran sesuai kurikulum yang sudah disiapkan, mahasiswa diharapkan mampu untuk memahami konsep entrepreneurship dengan cara memanfaatkan peluang bisnis melalui teknologi, jiwa kreatifitas, dan memiliki kemampuan untuk menganalisis pasar. Kurikulum pembelajaran terkait entrepreneurship yang ada di UMN adalah technopreneurship, managing lean startup,

social entrepreneurship, new venture creation, business plan, dan lain-lain.



Gambar 3. 1 Logo UMN

Sumber : (UMN, 2021)

3.1.2 Univeristas Prasetya Mulya

Universitas Prasetya Mulya atau PRASMUL adalah sebuah universitas yang menjadi universitas pertama memelopori program MBA dan sekolah bisnis di Indonesia. Universitas Prasetya Mulya didirikan pada tahun 1982 oleh para pemimpin bisnis ternama dengan tujuan untuk menjadi pusat pembelajaran yang baik bagi para banyak orang. Kampus yang berlokasi di BSD ini memberikan suasana belajar yang menyenangkan dan didukung dengan fasilitas kampus yang baik.

Visi Universitas Prasetya Mulya adalah sebagai penggerak dalam pemajuan ilmu pengetahuan yang inovatif melalui pendidikan di bidang ilmu bisnis, social dan STEM untuk kemajuan dan kesejahteraan bangsa Indonesia. Untuk misi dari Universitas Prasetya Mulya adlaah untuk menyelenggarakan pendidikan ilmu bisnis, social

dan STEM, penelitian yang berkualitas pada bisnis, melaksanakan pengabdian masyarakat dan melakukan inovasi dalam bisnis.(PRASMUL, 2021)



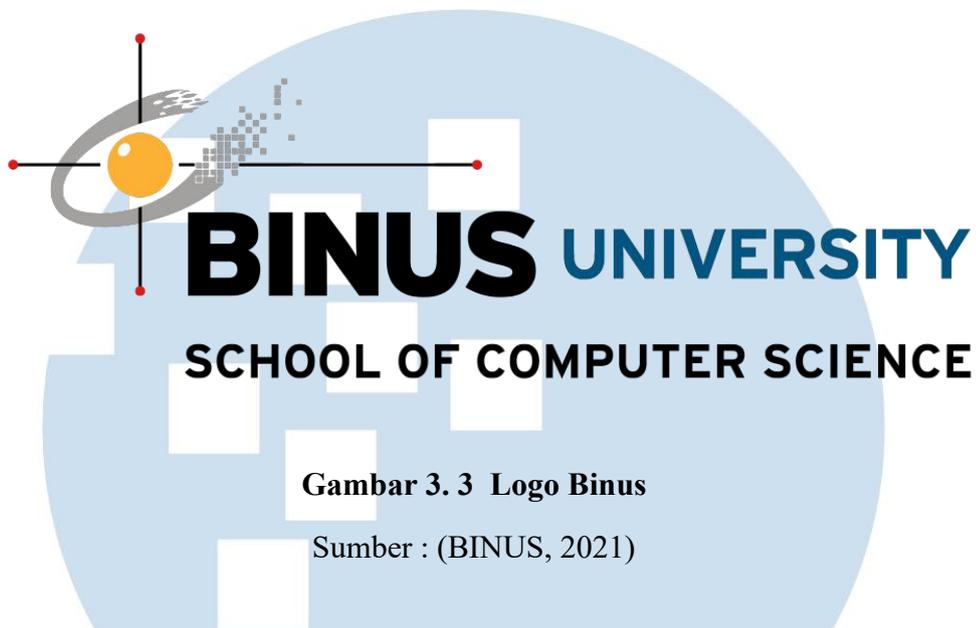
Gambar 3. 2 Logo PRASMUL

Sumber : (PRASMUL, 2021)

3.1.3 Univeristas Bina Nusantara

Universitas Binus adalah sebuah universitas yang pada awalnya adalah lembaga pendidikan computer yang didirikan pada Oktober 1974 yang bernama Modern Computer Course. Universitas Binus secara sah diakui oleh pemerintah pada tanggal 8 Agustus 1990. Binus mencoba membangun inovasi untuk meningkatkan perkembangan untuk menuju ke arah yang lebih baik.

Universitas Binus adalah universitas swasta di bidang teknologi yang menyediakan fasilitas terbaru untuk memenuhi kebutuhan para mahasiswa. Binus terus berkembang dan bekerja sama di bidang teknologi komunikasi dan informasi seperti CISCO, Microsoft, SAP, dan lain-lain. Untuk program studi Binus ada dua yaitu business creation dan international business management yang dirancang untuk membentuk wirausahawan yang kreatif dan inovatif.(BINUS, 2021)



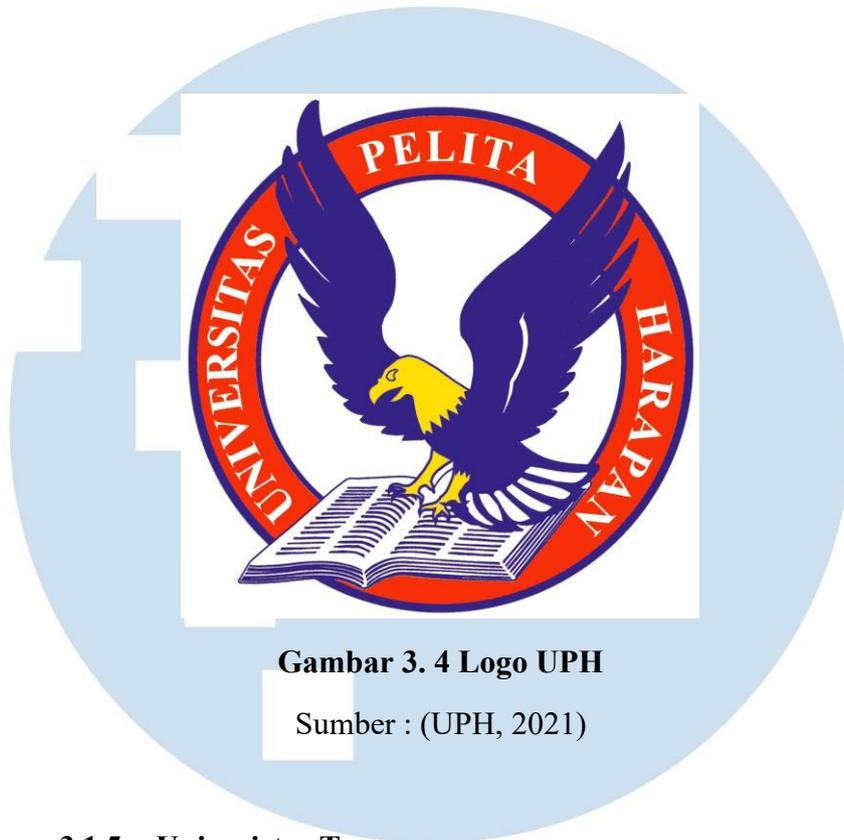
Gambar 3.3 Logo Binus

Sumber : (BINUS, 2021)

3.1.4 Univeristas Pelita Harapan

Universitas Pelita Harapan atau UPH adalah universitas swasta Kristen yang berlokasi di Lippo Village, Tangerang. UPH didirikan pada tahun 1994 oleh Dr. James Riady dan Ir. Johannes Oentoro. UPH memberikan fasilitas dan kurikulum yang berkualitas tinggi untuk para mahasiswanya. UPH memberikan mahasiswa tidak hanya sekedar pengetahuan dan keterampilan saja tetapi UPH membekali mahasiswa melalui pembelajaran holistic dan transformative yang berakar pada Alkitab dan kerangka teologi.

Program studi di UPH memiliki beberapa peminatan seperti kewirausahaan, pemasaran, investasi SDA, bisnis internasional, keuangan, manajemen ritel dan manajemen kesehatan. Dengan adanya peminatan ini UPH mengharapkan lulusan yang memiliki keterampilan manajemen yang berstandar global dan etika yang berdasarkan alkitabiah dan menghasilkan lulusan yang cakap dan beretika. (UPH, 2021)



Gambar 3. 4 Logo UPH

Sumber : (UPH, 2021)

3.1.5 Universitas Tarumanegara

Universitas Tarumanegara atau UNTAR adalah universitas dengan yang berdiri pada tanggal 1 Oktober 1959. Proses perkuliahan di UNTAR yaitu memberikan gabungan metode belajar secara klasikal, analisis kasus, seminar, kunjungan lapangan, tugas, dan lain-lain

Visi dan misi UNTAR yaitu untuk menjadi fakultas ekonomi pencetak entrepreneur dan professional yang berintegritas di Asia Tenggara. UNTAR menyelenggarakan pendidikan manajemen dan akuntansi yang berlandaskan nilai integritas, professional, dan entrepreneurship. (UNTAR, 2021)



Gambar 3.5 Logo UNTAR

Sumber : (UNTAR, 2021)

3.1.6 Universitas Trisakti School of Management

Universitas Trisakti School of Management atau TSM adalah universitas yang beridir pada 30 November 1974. TSM mempersiapkan lulusan yang mampu mengintegrasikan serta memahami konsep SDA agar dapat membangun dan memberikan system SDA serta melakukannya secara langsung pada praktik bisnis.

Visi dan misi TSM adalah untuk menjadi program studi manajemen yang berkelas dunia pada tahun 2032. TSM menyelenggarakan pendidikan tinggi secara professional, menghasilkan lulusan berkelas dunia kompeten, dan menjalin kerja sama dalam bidang penelitian dan melakukan pengabdian kepada masyarakat.(TSM, 2021)

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 3. 6 Logo TSM

Sumber : (TSM, 2021)

3.2 Desain Penelitian

Menurut (Malhotra, 2019) mengatakan desain penelitian adalah cara atau metode kerja untuk melakukan riset *marketing*. Desain penelitian digunakan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan untuk memecahkan masalah riset di bidang pemasaran.

3.2.1 Tipe Metodologi Penelitian

Menurut (Ahmad et al., 2019), metodologi penelitian menjadi 2 bagian, yaitu :

1. Qualitative Methods (metode kualitatif)

Metode kualitatif adalah metode riset penelitian yang mempelajari fenomena yang kompleks. Penelitian kualitatif digunakan untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang manusia, perilaku, pengalaman, sikap, niat dan motivasi, pengamatan dan interpretasi.

2. Quantitative Methods (metode kuantitatif)

Metode kuantitatif merupakan bentuk penelitian yang berfokus pada suatu fenomena yang menghasilkan data secara numerik. Penelitian ini juga dikenal sebagai penelitian yang empiris karena data dapat diukur secara akurat.

Pada penelitian ini, peneliti melakukan penelitian secara kuantitatif karena peneliti mengumpulkan data dengan menyebarkan kuesioner secara online melalui google forms dimana data tersebut dikumpulkan dan diukur secara numerik sehingga penelitian ini dapat diukur secara akurat.

3.2.2 Jenis Desain Penelitian

Menurut (Malhotra, 2019), desain penelitian dibagi kedalam dua jenis penelitian yaitu *exploratory research* dan *conclusive research*. Pengertian kedua jenis penelitian secara berikut :

1. Exploratory Research Design

Exploratory research design adalah penelitian yang bertujuan untuk memberikan wawasan dan pemahaman tentang masalah yang akan dihadapi oleh peneliti mengenai fenomena yang sedang terjadi. Proses penelitian bersifat fleksibel dan tidak terstruktur.

2. Conclusive Research Design

Conclusive research design adalah penelitian yang bertujuan untuk menguji hipotesis dan memeriksa hubungan suatu fenomena tertentu. Penelitian ini membutuhkan informasi yang jelas sehingga penelitian ini memiliki struktur yang jelas. Conclusive research design memiliki 2 tipe penelitian, yaitu :

a. Descriptive Research

Penelitian deskriptif adalah penelitian yang paling umum digunakan oleh para peneliti karena penelitian ini berdasarkan data sehingga dapat lebih mudah dimengerti. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan karakteristik fenomena yang sedang terjadi. Dalam penggunaan *descriptive research*, peneliti menentukan metodenya sendiri dalam memilih sumber informasi saat mengumpulkan data.

b. Causal research

Penelitian kasual adalah penelitian yang bertujuan untuk membangun hubungan sebab akibat antar variabel secara rumit. Tujuan dari penelitian kasual adalah untuk melihat variabel rumit antara variabel independen dengan variabel dependen.

Pada penelitian ini, peneliti melakukan penelitian secara kuantitatif menggunakan *Conclusive Research Design* dengan tipe *Descriptive Research* karena penelitian ini bertujuan untuk menganalisis suatu hubungan antar variabel. Metode pengumpulan ini dilakukan dengan melakukan *survey* kepada mahasiswa dan mahasiswi yang masih aktif berkuliah di JABODETABEK. Peneliti menggunakan fasilitas google form untuk menyebarkan kuesioner kepada para responden. Pertanyaan tersebut menggunakan skala likert 1-5 dari sangat tidak setuju dan sangat setuju untuk mengukur jawaban dari responden.

3.2.3 Data Penelitian

Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Malhotra, 2019), terdapat dua jenis data dalam penelitian, yaitu *primary data* dan *secondary data*, berikut adalah penjelasannya :

1. *Primary Data*

Primary data adalah data yang dapat digunakan langsung dari seorang peneliti. Data tersebut digunakan untuk menjawab suatu permasalahan dan fenomena yang sedang diteliti.

2. *Secondary Data*

Secondary Data adalah data yang sudah ada atau sudah terkumpul yang didapatkan dari pihak lain yang digunakan untuk menyelesaikan suatu permasalahan yang sedang diteliti.

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

Menurut (Malhotra, 2019) dalam bukunya yang berjudul “Marketing Research An Applied Orientation” terdapat beberapa langkah dalam melakukan sampling design yaitu dengan menentukan target dari populasi, menentukan kerangka sampling penelitian, menentukan teknik pengambilan sampel, menentukan ukuran sampel, menjalani keseluruhan proses pengambilan sampel dan melakukan validasi terhadap sampel yang ada. Langkah-langkah ini saling terkait erat dan relevan dengan semua aspek riset pemasaran.

3.3.1 Populasi

(Malhotra, 2019) menyatakan bahwa populasi adalah kumpulan elemen atau objek yang memiliki informasi yang dicari oleh peneliti tentang kesimpulan yang harus dibuat dengan tepat.

Informasi ini digunakan peneliti untuk penentu kesimpulan yang harus ditentukan. Target penelitian dari populasi ini adalah para mahasiswa dan mahasiswi yang pernah mengambil mata kuliah bisnis di JABODETABEK.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah elemen dari target populasi yang terdiri dari sekumpulan arahan yang digunakan untuk mengetahui dan mengidentifikasi target populasi. (Malhotra, 2019)

3.3.3 *Sampling Techniques*

Menurut (COOPER & SCHINDLER, 2014), *sampling* adalah pengambilan sampel untuk memilih beberapa elemen dari suatu populasi sehingga peneliti dapat mendapat kesimpulan dari sample tersebut. Metode sampling terbagi menjadi 2 bagian, yaitu:

1. *Probability Sampling*

Probability sampling adalah pengambilan sample yang dilakukan secara acak dengan menentukan terlebih dahulu potential sample yang diambil dari populasi yang memiliki kemungkinan sebagai sample

2. *Non-probability Sampling*

Non-probability sampling adalah teknik pengambilan sample yang didasarkan penilaian dari peneliti itu sendiri.

Probability sampling terbagi menjadi 5 kategori menurut (COOPER & SCHINDLER, 2014) yaitu sebagai berikut :

1. *Simple Random Sampling*

Simple random sampling atau sampel acak adalah teknik pengambilan sampel yang murni karena pengambilan sampel dilakukan secara acak sehingga strata setiap populasi memiliki peluang yang sama.

$$\text{Probability of selection} = \frac{\text{Sample size}}{\text{Population size}}$$

2. *Systematic Sampling*

Systematic sampling atau sampel sistematis adalah teknik pengambilan sampel secara sistematis dengan membagi population size dan sample size untuk mendapatkan jarak tertentu antar sampel.

$$k = \text{Skip interval} = \frac{\text{Population size}}{\text{Sample size}}$$

3. *Stratified Sampling*

Stratified sampling atau sampel bertingkat adalah teknik pengambilan sampel yang sebagian besar populasi dipisahkan menjadi beberapa tingkatan atau strata.

4. *Cluster Sampling*

Cluster Sampling atau sampel cluster adalah teknik pengambilan sampel pada tiap individu dimana sampling unitnya terdiri dari satu kelompok.

5. *Double Sampling*

Double sampling atau sampel berganda adalah teknik pengambilan sampel yang dilakukan secara dua tingkat atau lebih yang dilakukan untuk studi lebih lanjut.

Selanjutnya menurut (COOPER & SCHINDLER, 2014), non-probability sampling terbagi menjadi 4 kategori yaitu sebagai berikut :

1. *Convenience Sampling*

Convenience sampling adalah teknik pengambilan sampel yang bersifat bebas sehingga sampel tersebut dapat dilakukan oleh siapa saja.

2. *Judgment Sampling*

Judgment Sampling adalah teknik pengambilan sampel yang sudah dipilih oleh peneliti yang terbagi kedalam beberapa kriteria.

3. Quota Sampling

Quota sampling adalah teknik pengambilan sampel yang kriteria dan jumlah sampel sudah ditentukan oleh peneliti.

4. Snowball sampling

Snowball sampling adalah teknik pengambilan sampel secara berantai pada orang lain yang memiliki karakteristik yang mirip atau sama.

Berdasarkan pengertian diatas, peneeliti memilih menggunakan non-probability sampling dengan tipe judgment sampling karena peneliti sudah memiliki kriteria atau karakteristik responden tertentu dalam pengambilan sample penelitian dan memiliki kriteria. Kriteria yang dimaksud dalam penelitian adalah sebagai berikut :

- Saat ini berkuliah di JABODETABEK
- Mengambil mata kuliah yang berhubungan dengan bisnis

3.3.4 *Sampling Size*

Menurut (Malhotra, 2019), sampling size adalah banyaknya jumlah elemen yang akan dimasukan kedalam penelitian. Dalam metode perhitungan penelitian (Hair et al., 2017) persyaratan minimal yang dibutuhkan untuk sampel adalah lima kali dari jumlah indicator penelitian ($n \times 5$ obeservation). Maka dalam penelitian ini sampling size minimumnya adalah 19 (total indicator penelitian) $\times 5$, yaitu minimal 100 responden.

3.4 **Prosedur Penelitian**

Penelitian ini berlangsung dalam waktu kurang lebih lima bulan yang diawali dengan proses perumusan masalah, pengumpulan data, pengloahan data, dan membuat kesimpulan dan saran dalam penelitian. Penelitian ini berlangsung dari bulan Agustus 2021 hingga Desember 2021. Penyebaran Kueisoner dimulai dari tanggal 25 Oktober 2021 hingga 30 Oktober 2021.

3.5 Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan skala pengukurang likert 1-5. Menurut (COOPER & SCHINDLER, 2014), skala likert adalah suatu pengukuran yang digunakan untuk mendapatkan skala nilai dari “sangat tidak setuju” hingga “setuju” dari responden terhadap measurement. Penyebaran *survey* ini dilakukan secara online melalui google form dengan link nya yaitu <https://forms.gle/fUUCJMUAw1HkLqr28>. Sedangkan untuk secondary data, peneliti mendapatkan informasi melalui artikel, jurnal penelitian, dan buku ilmiah yang digunakan sebagai pendukung penelitian.

3.6 Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian ini adalah variabel eksogen dan variabel endogen. Variabel eksogen adalah variabel yang timbul sebagai variabel bebas dalam penelitian ini. Sedangkan variabel endogen adalah variabel yang terkait dengan setidaknya satu persamaan dalam model penelitian (Hair et al., 2017). Dalam penelitian ini variabel eksogen ialah entrepreneurial mindset. Sedangkan untuk variabel endogen adalah entrepreneurial education, entrepreneurial self-efficacy, dan entrepreneurial attitude.

3.7 Operasional Variabel Penelitian

Tabel 3. 1 Operasional Variabel Penelitian

No	Variabel	Definisi Operasional	Kode	Measurement	Scalling Technique
1	Entrepreneurial Education	Mohammad Saroni (2012) pendidikan kewirausahaan adalah upaya internalisasi jiwa dan mental kewirausahaan baik melalui institusi pendidikan maupun institusi lain seperti lembaga pelatihan, traning, dan sebagainya	EE1	Pengetahuan tentang lingkungan kewirausahaan. (Liu et al., 2019)	<i>Likert 1-5</i>
			EE2	Pengakuan yang lebih besar dari sosok pengusaha. (Liu et al., 2019)	
			EE3	Preferensi untuk menjadi pengusaha. (Liu et al., 2019)	
			EE4	Kemampuan yang diperlukan untuk menjadi pengusaha. (Liu et al., 2019)liu	
			EE5	Tujuan untuk menjadi pengusaha. (Liu et al., 2019)	
2	Entrepreneurial Self-efficacy	McGee (2009), entrepreneurial	ESE1	Saya merasa dapat memilih karyawan yang	<i>Likert 1-5</i>

No	Variabel	Definisi Operasional	Kode	Measurement	Scalling Technique
		self-efficacy adalah suatu konstruk yang mengukur kepercayaan individu pada kemampuan yang dimiliki dalam berkecimpung dalam dunia kewirausahaan.		cocok untuk bisnis saya sendiri. (Liu et al., 2019)	
	ESE2		Saya merasa akan mampu menerapkan ide-ide inovatif. (Liu et al., 2019)		
	ESE3		Saya bisa menulis dengan jelas dan lengkap rencana bisnis. (Liu et al., 2019)		
	ESE4		Saya dapat membuat rencana yang jelas untuk arah pengembangan kewirausahaan di masa depan. (Liu et al., 2019)		
	ESE5		Saya sangat termotivasi untuk mencapai sukses karir. (Liu et al., 2019)		
	ESE6		Mengejar inovasi adalah gaya saya melakukan sesuatu. (Liu et al., 2019)		
3	Entrepreneurial attitude	Fishbein dan Ajzen (1991) sebuah sikap terhadap perilaku diakui	ETA1	Pilihan karir sebagai pengusaha sangat menarik bagi saya. (Wardana et al., 2020)	Likert 1-5

No	Variabel	Definisi Operasional	Kode	Measurement	Scalling Technique
		sebagai positif atau negative evaluasi perilaku	ETA2	Di antara banyak pilihan, saya lebih suka menjadi pengusaha.(Wardana et al., 2020)	
		bentuk kepercayaan yang relevan mengenai hasil yang akan diterima untuk perilaku.	ETA3	Menjadi seorang pengusaha akan memberi saya kepuasan yang luar biasa.(Wardana et al., 2020)	
			ETA4	Jika saya memiliki peluang dan sumber daya, saya ingin memulai bisnis.(Wardana et al., 2020)	
4	Entrepreneurial mindset	McGrath & MacMillan (2000) mengatakan bahwa entrepreneurial mindset adalah kerangka berpikir seseorang yang berorientasikan entrepreneur, lebih memilih untuk	EM1	Saya mempertimbangkan apakah ada waktu untuk terlibat dalam kegiatan kewirausahaan.(Wardana et al., 2020)	<i>Likert 1-5</i>
			EM2	Saya mencari informasi tentang kelebihan dan kekurangan terlibat dalam kegiatan kewirausahaan.(Wardana et al., 2020)	
			EM3	Saya mempertimbangkan perspektif positif dan negatif untuk terlibat dalam kegiatan kewirausahaan.(Wardana et al., 2020)	

No	Variabel	Definisi Operasional	Kode	Measurement	Scalling Technique
		menjalani ketidakpastian daripada menghindari, melihat segala sesuatu lebih sederhana daripada orang lain yang melihatnya secara kompleks, mau belajar sesuatu yang datangnya dari pengambilan resiko			

3.8 Teknik Analisis Data

3.8.1 Uji Instrumen *Pretest* dan *Maintest*

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. Dalam pengujian hasil data pretest diolah dengan software statistic yaitu SPSS dan pengolahan data maintest menggunakan Smart-pls.

3.8.2 Uji Validitas

Uji pretest adalah suatu teknik untuk menguji validitas dengan sample skala kecil sebelum melakukan uji *survey* skala besar yaitu maintest. Dalam melakukan uji pre test peneliti mengumpulkan 45 responden dengan membuat Google form dan disebarakan kepada mahasiswa yang berada di JABODETABEK. Suatu tingkat validitas terbaik mengindikasikan bahwa tidak ada kesalahan pengukuran yang digunakan pada setiap variabel (Malhotra, 2019). Measurement akan dinyatakan valid jika memenuhi syarat berikut ini:

Tabel 3. 2 Ukuran Validitas

No.	Ukuran Validitas	Definisi	Nilai yang disyaratkan
1	<i>Kaiser Meyer Olkin (KMO) Measure of Sampling Adequacy</i>	Merupakan suatu pengukuran dari sampling adequacy yang digunakan untuk memeriksa dan menilai kesesuaian analisis faktor (K.Malhotra, Nunan, & Briks, 2017).	Jika nilai KMO $\geq 0,5$ maka data tersebut dinyatakan VALID, Sedangkan angka KMO $< 0,5$ maka data tersebut dinyatakan TIDAK VALID.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

No.	Ukuran Validitas	Definisi	Nilai yang disyaratkan
2	<i>Barlett's Test of Sphericity</i>	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 memiliki hubungan yang signifikan antara variable
3	<i>Anti-image Correlation Matrics</i>	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 tersebut dapat diperkirakan tanpa adanya kesalahan dari variabel lain. Jika nilai MSA ≥ 0.50 , menyatakan variable tersebut dapat diperkirakan dan bisa dianalisis secara lanjut. Jika nilai MSA < 0.50 , menyatakan variabel tersebut tidak bisa dianalisis secara lanjut

No.	Ukuran Validitas	Definisi	Nilai yang disyaratkan
4	Factor Loading of Component Matrix	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 .

3.8.3 Uji Reabilitas

Uji reabilitas merupakan pengukur tingkat konsistensi hasil dari measurement dari waktu ke waktu ..*Survey* dari suatu penelitian dikatakan reliabel jika jawaban-jawaban dari *survey* tersebut hasilnya sama terus kedepannya, maka pengukuran tersebut bisa dikatakan reliable jika measurement akan dikatakan reliabel jika nilai Cronbach's Alpha $\geq 0,6$.

3.8.4 Metode Analisis Data Menggunakan Structural Equation Model

Menurut (Hair et al., 2017) Structural Equation Model adalah metode analisis statistic dalam menggunakan pendekatan structural yang digunakan untuk memecahkan masalah dan melakukan analisis terhadap variabel-variabel yang mewakili pengukuran yang berkaitan dengan seseorang, perusahaan, dan lainnya

Dalam penelitian ini, peneliti ingin meneliti hubungan antar variable yaitu *entrepreneurial education*, *entrepreneurial self-efficacy*, *entrepreneurial attitude* dan *entrepreneurial mindset*.

Penelitian ini dilakukan untuk menguji variabel menggunakan metode SEM melalui aplikasi SmartPLS.

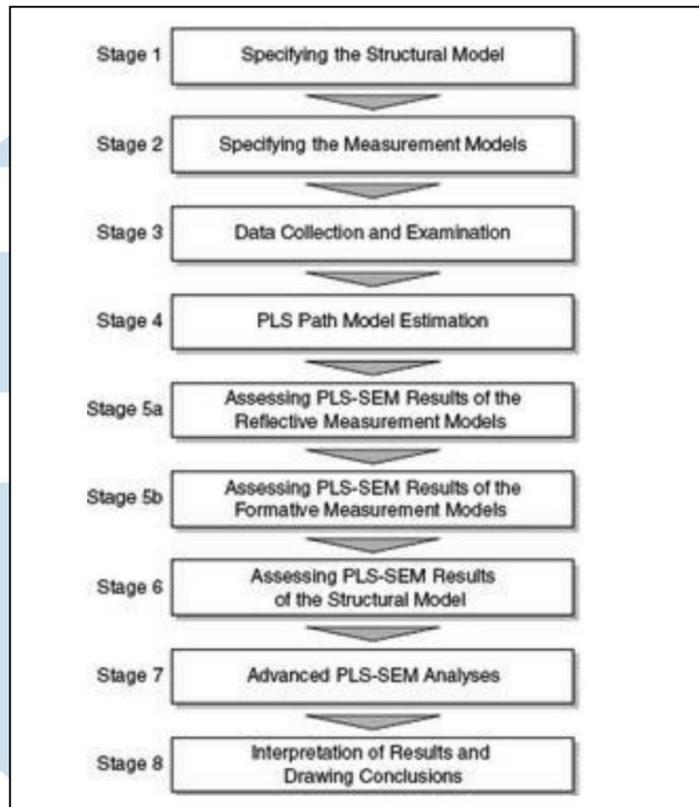
3.9 Variabel dalam SEM

Variabel dalam SEM terdapat 2 jenis variabel yang disebut sebagai variabel laten dan variabel terukur. Variabel laten adalah abstrak yang sangat penting dalam menggunakan SEM. Variabel laten dapat dibagi menjadi dua jenis yaitu variabel eksogen dan variabel endogen. Variabel eksogen adalah variabel yang ada sebagai variabel bebas dalam penelitian. Lalu variabel endogen adalah variabel yang dihubungkan dengan setidaknya satu persamaan dalam model penelitian. (Hair et al., 2017)

3.9.1 Tahapan Analisis SEM

Dalam melakukan analisis SEM terdapat beberapa tahapan dalam pemebentukan analisis. Berikut adalah metode partial least square – structural equation model (PLS-SEM) :





Gambar 3. 7 Tahapan SEM

Sumber : (Hair et al., 2017)

3.9.2 Evaluasi *Measurement Model (Outer Model)*

1. Uji Validitas

Uji Validitas bertujuan untuk mengetahui variabel laten yang dianggap valid dan kriteria yang wajib dipenuhi untuk uji validitas dengan PLS-SEM adalah sebagai berikut :

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Tabel 3. 3 Syarat untuk Uji Validitas

Jenis Validitas		Indeks	Kriteria
<i>Convergent</i>	<i>Outer Loading</i>	<i>Outer Loading</i>	Outer Loading > 0.7
	<i>Average Variance Extracted</i>	<i>AVE</i>	AVE > 0.5
<i>Discriminant</i>	<i>Cross Loading</i>	<i>Cross Loading</i>	Nilai <i>Outer Loading</i> > Nilai <i>Outer Loading</i> lainnya
	<i>Fonell-Larcker criterion</i>	<i>Fonell-Larcker criterion</i>	<i>Construct</i> memiliki nilai indikator lebih baik dibandingkan dengan <i>construct</i> lainnya

Sumber : (Hair et al., 2017)

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengukur konsistensi dari indikator yang memiliki variabel realbilitas yang tinggi jika Cronbach' alpha lebih dan composite reliability lebih besar dari 0.7. berikut adalah kriteria yang harus dipenuhi PLS-SEM.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

Tabel 3. 4 Syarat untuk Uji Reliabilitas

	Indeks	Kriteria
<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Cronbach's Alpha</i> > 0.7
<i>Composite Reliability</i>	CR	CR > 0.7

Sumber : (Hair et al., 2017)pon

3.9.3 Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Menurut (Hair et al., 2017) model structural mewakili *construct* yang menunjukkan hubungan antar *construct*. Langkah selanjutnya adalah *construct* valid dan reliabel untuk menguji model structural. Dengan menggunakan salah satu kriteria tersebut yang mengukur koefisien r-squared sesuai standar yang ditetapkan.

Tabel 3. 5 Syarat Model Struktural

Nilai <i>R-squared</i>	<i>Rule of Thumb</i>
0.75	Model Kuat
0.50	Model Moderat
0.25	Model Lemah

Sumber : (Hair et al., 2017)

3.10 Uji Hipotesis

Menurut (Hair et al., 2017) menyatakan bahwa model yang baik tidak hanya mendukung model teoritis yang diusulkan tetapi peneliti tetap harus memeriksa setiap parameter yang diwakili. Berikut adalah syarat untuk model teoritis dikatakan valid :

1. T-Statistic

Pengujian ini bertujuan untuk menilai pengaruh variabel independen dalam konteks individual terhadap variabel dependen. Untuk nilai t-statistic harus memenuhi >1.64 (single-tailed) dan 1.96 (two tailed)

2. P-Value

Dalam pengujian ini dikatakan bahwa hipotesis antar variabel berpengaruh jika $p\text{-value} \leq 0.05$ karena tingkat error yang terjadi dibawah nilai tersebut

