



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 (UMN) adalah sebuah universitas yang didirikan oleh Kompas Gramedia pada tahun 2006. Pengajaran yang diberikan oleh UMN adalah dengan mengedepankan ICT (*Information Communication Technology*) untuk dapat mempersiapkan mahasiswa didikan untuk masuk ke dalam jenjang karir pada saat lulus nanti. Di tahun 2011, UMN mulai membangun gedung ketiganya yang diberi nama New Media Tower. Konsep hemat energi ini yang dibawa oleh UMN membawanya sebagai juara pertama kategori gedung baru hemat energi dalam ajang Penghargaan Efisiensi Energi Nasional (PEEN) pada tahun 2013 dan juara pertama *Energy Efficient Building* kategori *Tropical Building* pada ASEAN *Energy Award* pada tahun 2014 (Universitas Multimedia Nusantara, 2021).

Program studi manajemen yang ada di UMN memiliki 5 jenis peminatan/penjurusan yaitu *entrepreneurship, marketing management, financial management, human capital management, dan operation management*. Peminatan *entrepreneurship* merupakan peminatan baru pada program studi manajemen yang diresmikan oleh UMN pada tahun 2019. Adanya peminatan *entrepreneurship* agar dapat menciptakan mahasiswa menjadi *entrepreneur* dengan mengedepankan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi (ICT), memiliki kreativitas yang tinggi, dan dapat menganalisa pasar serta dapat menjalankan bisnis dengan baik (Universitas Multimedia Nusantara, 2021).

Proses pembelajaran pada peminatan *entrepreneurship* ini dimulai dari pengembangan ide, mengidentifikasi peluang, analisa pasar, analisa *competitor*, memvalidasi ide hingga melakukan *pitching* ide bisnis yang ada agar dapat

berjalan/ dilaksanakan dengan lancar. Tidak hanya itu, mahasiswa juga akan diajarkan karakteristik seorang *entrepreneur* yang baik untuk dapat menciptakan bisnis/ usaha yang sukses dengan cara yang professional. Berikut adalah beberapa program pembelajaran yang ada pada program studi manajemen peminatan *entrepreneur* yaitu *Technopreneurship*, *Managing Leans Startup*, *Social Entrepreneurship*, *New Venture Creation*, *Small Business Management*, *Business Plan 1* (Universitas Multimedia Nusantara, 2021).



Gambar 3. 1 Logo UMN

Sumber: (Universitas Multimedia Nusantara, 2021)

3.2 Desain Penelitian

Desain penelitian adalah suatu struktur/ rangkaian prosedur dan metode yang digunakan untuk menentukan variabel apa yang akan digunakan menjadi topik penelitian. Rangkaian prosedur tersebut mencakup hal – hal yang akan dilakukan mulai dari membuat hipotesis dan pelaksanaan secara operasional sampai analisis akhir dengan sistematis sehingga penelitian menjadi lebih efektif dan efisien (Salmaa, 2021).

3.2.1 Tipe Metodologi Penelitian

Menurut Institut Teknologi Batam (2021), terdapat 2 jenis metode penelitian yaitu (Insititut Teknologi Batam, 2021):

1. Metode Kualitatif (*Qualitative Research*)

Metode kualitatif adalah suatu metodologi penelitian yang memberikan informasi kepada peneliti dari fenomena yang terjadi dalam hal observasi, *case study*, dan laporan naratif dengan lebih banyaknya keterlibatan peneliti kedalam lapangan.

2. Metode Kuantitatif (*Quantitative Research*)

Metode kuantitatif adalah suatu metodologi penelitian yang digunakan untuk meneliti populasi dan sampel dengan menggunakan alat ukur (numerik). Umumnya metode kuantitatif terdiri atas metode survei dan metode eksperimen.

Berdasarkan penjelasan diatas, penelitian ini menggunakan metode kuantitatif karena peneliti mengumpulkan data dengan menyebarkan kuesioner melalui *Google form* secara *online* dimana data yang sudah terkumpul dihitung menggunakan alat ukur (numerik).

3.2.2 Jenis Penelitian

Rancangan penelitian menurut Malhotra (2019) terbagi menjadi 2 rancangan penelitian yaitu *exploratory research design* dan *conclusive research design* (Malhotra, 2019). Berikut ini adalah penjelasan rancangan penelitian yang lebih lengkap menurut Malhotra (2019):

1. *Exploratory Research Design*

Jenis penelitian *exploratory* bertujuan untuk memberikan wawasan dan pemahaman tentang fenomena yang ada saat ini. Proses penelitian *exploratory* mempunyai sifat yang fleksibel, tidak terstruktur, tetapi memiliki potensi yang tinggi untuk berkembang.

2. *Conclusive Research Design*

Jenis penelitian *conclusive* adalah penelitian yang bertujuan untuk pengambilan keputusan dan melakukan evaluasi. Penelitian ini membutuhkan informasi yang akurat dari suatu fenomena yang sedang diuji untuk memecahkan suatu permasalahan yang ada. *Conclusive Research Design* juga terbagi lagi menjadi 2 tipe yaitu:

a. *Descriptive Research*

Jenis penelitian deskriptif bertujuan untuk menjelaskan karakteristik dan fungsi pasar. Penelitian deskriptif ini menentukan metode yang unik sendirinya dalam memilih sumber informasi yang akan digunakan untuk pengumpulan data.

b. *Casual Research*

Jenis penelitian kasual bertujuan untuk menguji hipotesis dan menentukan variabel mana yang menjadi penyebab dan mana yang merupakan akibat dari fenomena untuk mengetahui sifat hubungan sebab akibat antar variabel yang ada

Peneliti menggunakan *Conclusive Research Design* dengan tipe *Descriptive Research* karena tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dan menguji hipotesis hubungan antar variabel. Dalam penelitian ini, penulis ingin melihat pengaruh *entrepreneurship education, social norm, entrepreneurial capacity, dan attitude entrepreneurship* terhadap *entrepreneurial intention* di Universitas Multimedia Nusantara. Peneliti menggunakan *Google Form* untuk menyebarkan kuesioner kepada mahasiswa dan mahasiswi yang ada di Universitas Multimedia Nusantara. Semua pertanyaan yang ada di kuesioner diukur dengan *Likert Scale 1-5*.

3.2.3 Data Penelitian

Menurut Malhotra (2019) dalam bukunya “*Marketing Research: An Applied Orientation*”, terdapat 2 jenis data research yaitu (Malhotra, 2019):

1. *Primary Data*

Primary Data adalah data yang berasal langsung dari peneliti untuk menjawab suatu fenomena yang sedang diteliti.

2. *Secondary Data*

Secondary Data adalah data yang berasal langsung dari pihak lain untuk menjawab suatu fenomena yang sedang diteliti.

Berdasarkan dari penjelasan *primary* dan *secondary data* di atas, penelitian ini menggunakan kedua jenis data sebagai acuan dalam mengumpulkan data. *Primary data* merupakan data yang diukumpulkan secara langsung oleh peneliti. Dalam penelitian ini, sumber data primer didapatkan peneliti dengan menyebarkan kuesioner secara langsung kepada responden penelitian. Dimana, kuesioner disebar secara luas dengan online kepada mahasiswa dan mahasiswi Universitas Multimedia Nusantara melalui *Google Form*.

Selain menggunakan sumber data primer, peneliti juga menggunakan *secondary data* untuk sumber data pendukung yang diambil melalui jurnal penelitian, website, artikel, dan buku ilmiah penelitian dengan tujuan dapat membantu peneliti dalam menyusun latar belakang penelitian, menyusun topik penelitian, melakukan studi terkait hasil penelitian sebelumnya dalam proses pengembengan hipotesis, hingga analisis data responden terhadap topik penelitian.

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

3.3.1 Populasi

Malhotra (2019) menyatakan bahwa populasi adalah kumpulan elemen atau objek yang mengandung informasi yang dibutuhkan oleh peneliti untuk menentukan kesimpulan yang akan ditarik. Target populasi dari penelitian ini yaitu

mahasiswa dan mahasiswi Universitas Multimedia Nusantara yang telah mendapatkan pengajaran *entrepreneurship education* (Malhotra, 2019).

3.3.2 Sampling Size

Hair, Black, Babin, & Anderson (2014) menyatakan bahwa minimal *sampling size* dalam penelitian harus ada 5 pengukuran variabel yang akan di analisis (Hair et al., 2014). Pengukuran per variabel diasumsikan dengan $n \times 5$ observasi. Maka dalam penelitian ini dengan pertanyaan sebanyak 23 pertanyaan \times 5, totalnya yaitu 115 responden.

3.3.3 Sampling Techniques

Malhotra (2019) menyatakan bahwa ada 2 macam *sampling techniques* yaitu *probability* dan *non-probability sampling*. *Probability sampling* adalah suatu teknik pengambilan sampel yang didasarkan pada kebetulan dan memiliki kemungkinan untuk menjadi sampel. Sedangkan *non-probability sampling* adalah suatu teknik pengambilan sampel yang diambil berdasarkan penilaian pribadi peneliti itu sendiri (Malhotra, 2019).

Malhotra (2019) menyatakan bahwa dalam *probability sampling* terdapat 5 teknik lain yang dapat digunakan yaitu (Malhotra, 2019):

1. *Simple Random Sampling*

Simple Random Sampling adalah suatu teknik pengambilan sampel yang disebar secara acak sehingga setiap responden memiliki peluang yang sama.

2. *Systematic Sampling*

Systematic Sampling adalah suatu teknik pengambilan sampel dengan sistematis dimana sering diikuti dengan interval yang sudah ditentukan sehingga mendapatkan jarak tertentu antar sampel.

3. *Stratified Sampling*

Stratified Sampling adalah suatu teknik pengambilan sampel dimana peneliti memisahkan sebagian besar populasi menjadi beberapa tingkat atau strata.

4. *Cluster Sampling*

Cluster Sampling adalah suatu teknik pengambilan sampel dimana sampel diambil berdasarkan dari suatu kelompok tiap individunya.

5. *Double Sampling*

Double Sampling adalah suatu teknik pengambilan sampel yang diambil pada populasi secara 2 tingkat atau lebih untuk studi lebih lanjut.

Malhotra (2019) menyatakan bahwa dalam *non-probability sampling* terdapat 4 teknik lain yang dapat digunakan yaitu (Malhotra, 2019):

1. *Convenience Sampling*

Convenience sampling adalah suatu teknik pengambilan sampel yang biasanya berdasarkan kenyamanan/ dipilih sendiri oleh peneliti untuk mendapatkan elemen yang sesuai.

2. *Judgemental Sampling*

Judgemental sampling adalah suatu teknik pengambilan sampel dimana elemen dari suatu populasi berdasarkan dari penilaian peneliti.

3. *Quota Sampling*

Quota sampling adalah suatu teknik pengambilan sampel dengan menggunakan 2 tahap utama yaitu memilih karakteristik dari elemen tertentu dan memilih sampel dari elemen sampel tersebut berdasarkan *convenience* atau *judgemental sampling*.

4. *Snowball Sampling*

Snowball sampling adalah suatu teknik pengambilan sampel dengan mengandalkan referensi dari responden yang memiliki karakteristik yang sesuai dengan kriteria peneliti.

Berdasarkan dari penjelasan diatas, penelitian ini menggunakan *non-probability sampling* dimana tidak semua orang memiliki peluang untuk menjadi sampel dalam penelitian ini. Peneliti juga menggunakan *judgemental sampling* karena peneliti memiliki kriteria atau karakteristik tertentu dalam pengambilan sampel. Kriteria – kriteria yang dimaksud yaitu:

1. Laki – laki dan perempuan
2. Responden menjalani pendidikan S1 di UMN
3. Responden sudah mendapatkan pengajaran mata kuliah kewirausahaan (*entrepreneurship education*)

3.4 Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Pengumpulan Data

Peneliti dalam mengumpulkan *primary data* dengan menyebarkan survey/ kuesioner yang dilakukan secara *online* melalui *Google Form* dengan link <https://forms.gle/RmcPVHQSFmaG9biaA>. Sedangkan dalam mengumpulkan *secondary data* dengan mencari informasi dari artikel, jurnal penelitianm serta buku ilmiah yang dapat digunakan sebagai data pendukung penelitian.

3.4.2 Periode Penelitian

Penelitian ini sudah berjalan dalam waktu kurang lebih 4 bulan yang dimulai dengan proses perumusan masalah, pengumpulan dan pengolahan data, dan membuat kesimpulan dan saran dalam penelitian. Penelitian ini sudah dimulai dari September 2021 hingga Desember 2021 dan penyebaran kuesioner *pre-test* dilakukan pada tanggal 3 November 2021 – 4 November 2021 dan *main test* dilakukan pada tanggal 5 November 2021 – 9 Desember 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

3.4.3 Proses Penelitian

Ada beberapa tahap yang dilakukan peneliti dalam melakukan penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Mengumpulkan *secondary data* yang berkait dengan kewirausahaan yang ada di Indonesia melalui berbagai macam sumber seperti artikel, jurnal penelitian terdahulu, website, dan buku ilmiah yang ada.
2. Menentukan jurnal yang dijadikan sebagai jurnal utama untuk *research methodology* dan indikator pertanyaan kuesioner yang nantinya akan disebar kepada responden.
3. Menyebarkan kuesioner secara *online* melalui *Google Form* kepada 30 responden untuk melakukan *pre-test*. *Pre-test* dilakukan untuk menguji kelayakan data dengan mengukur reliabilitas dan validitas data dengan menggunakan *software* IBM SPSS.
4. Menganalisis hasil *pre-test* jika sudah memenuhi syarat yang ditentukan maka peneliti dapat melanjutkan dengan menyebarkan *main test*.
5. Peneliti mengolah data *main test* dengan *software* IBM SPSS versi 28.
6. Melakukan analisis data dari hasil penelitian *main test* serta membuat kesimpulan dan saran dari hasil penelitian *main test* tersebut mengenai hubungan hipotesis antar variabel.

3.5 Identifikasi Variabel Penelitian

3.5.1 *Variable Independent*

Variabel ini biasanya disebut dengan variabel bebas yang dapat mempengaruhi variabel *dependent*. *Variable independent* yang ada dalam penelitian ini yaitu *entrepreneurship education*, *social norm*, *entrepreneurial capacity*, *attitude entrepreneurship* (Hair et al., 2014).

3.5.2 Variable Dependent

Variabel ini biasanya disebut dengan variabel yang terikat atau dipengaruhi variabel yang menjadi akibat dikarenakan adanya suatu variabel bebas. *Variable dependent* dalam penelitian ini adalah *entrepreneurial intention* (Hair et al., 2014).

3.6 Operasionalisasi Variabel

Dalam penelitian ini penulis memiliki 5 variabel diantaranya adalah *entrepreneurship education*, *social norm*, *entrepreneurial capacity*, *attitude entrepreneurship*, dan *entrepreneurial intention*. Setiap variable akan membutuhkan definisi operasional yang berasalkan dari beberapa jurnal terdahulu. Skala pengukuran yang digunakan adalah *Likert 1-5* dimana 1 berarti responden sangat tidak setuju dan 5 berarti responden sangat setuju. Berikut adalah operasionalisasi variabel dari penelitian ini:

Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel Penelitian

No	Variabel	Definisi Operasional	Kode	Measurement	Scalling Technique
1.	<i>Entrepreneurship Education</i>	Fayolle (2009) menyatakan bahwa pendidikan kewirausahaan mencakup semua kegiatan yang bertujuan untuk menumbuhkan pola pikir, sikap dan	EE1	Saya merasa senang menjadi bagian dari mata kuliah <i>entrepreneurship</i> yang disediakan oleh UMN (Adekiya & Ibrahim, 2016)	Likert 1-5
			EE2	Mata kuliah <i>entrepreneurship</i> membekali saya dengan keterampilan dan keahlian yang diperlukan untuk	

No	Variabel	Definisi Operasional	Kode	Measurement	Scalling Technique
		keterampilan pada berbagai aspek seperti mengembangkan ide dan inovasi serta berani memulai		memulai bisnis saya sendiri (Adekiya & Ibrahim, 2016)	
			EE3	Saya telah mempelajari banyak hal tentang bisnis dari mata kuliah <i>entrepreneurship</i> (Adekiya & Ibrahim, 2016)	
			EE4	Pengajaran pada mata kuliah <i>entrepreneurship</i> di UMN ini sangat bagus/ terpuji (Adekiya & Ibrahim, 2016)	
			EE5	Secara keseluruhan saya puas dengan pembelajaran mata kuliah <i>entrepreneurship</i> yang ada di UMN (Adekiya & Ibrahim, 2016)	
2.	<i>Social Norm</i>	Krueger (2000) menyatakan bahwa <i>social norm</i> mencerminkan	SN1	Pendapat keluarga dapat mempengaruhi keputusan saya dalam membuat bisnis saya sendiri (Liñán et al., 2011)	Likert 1-5

No	Variabel	Definisi Operasional	Kode	Measurement	Scalling Technique
		n persepsi siswa tentang apa yang dipikirkan orang – orang penting dalam hidup mereka tentang menjalankan suatu bisnis	SN2	Pendapat teman – teman terdekat dapat mempengaruhi keputusan saya dalam membuat bisnis saya sendiri (Liñán et al., 2011)	
			SN3	Pendapat rekan kerja (sesama mahasiswa, teman organisasi, dll) dapat mempengaruhi keputusan saya dalam membuat bisnis saya sendiri (Liñán et al., 2011)	
3.	<i>Entrepreneurial Capacity</i>	Boissin (2009) menyatakan bahwa <i>entrepreneurial capacity</i> adalah suatu derajat dimana siswa berpikir dia dapat berhasil dalam memulai bisnis baru	EC1	Memulai suatu usaha/ bisnis dan membuatnya tetap bekerja akan mudah bagi saya (Liñán et al., 2011)	Likert 1-5
			EC2	Saya siap untuk memulai suatu usaha/ bisnis yang memiliki kelayakan bisnis yang baik (Liñán et al., 2011)	
			EC3	Saya mengetahui langkah – langkah apa	

No	Variabel	Definisi Operasional	Kode	Measurement	Scalling Technique
				yang diperlukan untuk memulai suatu usaha/ bisnis (Liñán et al., 2011)	
			EC4	Saya mengetahui bagaimana caranya mengembangkan suatu usaha/ bisnis (Liñán et al., 2011)	
			EC5	Jika saya mencoba untuk memulai suatu usaha/ bisnis, saya akan mempunyai kesempatan besar untuk sukses (Liñán et al., 2011)	
4.	<i>Attitude Entrepreneurship</i>	Bachiri (2016) menyatakan bahwa sikap kewirausahaan adalah suatu persepsi siswa untuk menjadi seorang wirausaha	AE1	Saya akan memulai suatu usaha/ bisnis jika saya memiliki kesempatan dan sumber daya yang dibutuhkan (Bachiri, 2016)	Likert 1-5
			AE2	Dari banyak pilihan profesi, saya lebih memilih menjadi seorang wirausaha (Bachiri, 2016)	

No	Variabel	Definisi Operasional	Kode	Measurement	Scalling Technique
			AE3	Menjadi seorang wirausahawan akan membawa kepuasan yang besar bagi saya (Bachiri, 2016)	
			AE4	Karier sebagai seorang wirausahawan menarik bagi saya (Bachiri, 2016)	
			AE5	Menjadi seorang wirausahawan memberikan lebih banyak keuntungan bagi saya (Bachiri, 2016)	
5.	<i>Entrepreneurial Intention</i>	Mustofa (2014) berpendapat bahwa ketertarikan untuk berwirausaha dan memiliki keinginan untuk belajar lebih banyak	EI1	Saya siap melakukan segala hal untuk menjadi seorang wirausaha (Liñán et al., 2011)	Likert 1-5
			EI2	Saya akan melakukan segala upaya untuk memulai dan menjalankan usaha/ bisnis saya sendiri (Liñán et al., 2011)	

No	Variabel	Definisi Operasional	Kode	Measurement	Scalling Technique
		tentang kewirausahaan lebih menekankan pada kewirausahaan	EI3	Saya bertekad untuk memulai usaha/ bisnis di masa depan (Liñán et al., 2011)	
			EI4	Saya memiliki pemikiran yang serius dalam memulai suatu usaha/ bisnis (Liñán et al., 2011)	
			EI5	Saya memiliki niat yang kuat untuk memulai suatu usaha/ bisnis saya sendiri disuatu hari nanti (Liñán et al., 2011)	

Sumber: Data Pribadi Penulis, 2021

3.7 Teknik Analisis Data *Pre-Test* dan *Main Test*

Sebelum memasuki *main test*, peneliti melakukan analisis data *pre-test* terlebih dahulu dengan sampel yang lebih sedikit dibandingkan *main test*. Peneliti mengumpulkan 30 responden dengan menyebarkan kuesioner secara *online* melalui *Google Form* kepada mahasiswa dan mahasiswi di Universitas Multimedia Nusantara. Dilakukannya analisis data *pre-test* ini untuk mengetahui apakah data yang sudah terkumpul *valid* dan dapat dilanjutkan ke skala yang lebih besar. Hasil dari data *pre-test* dan *main test* yang sudah terkumpul akan diolah di *software* IBM SPSS versi 28 dengan mengukur tingkat reliabilitas dan validitas dari setiap indikator pertanyaan yang ada.

3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui/ mengukur apakah variabel tersebut valid dalam sebuah penelitian. Data yang valid dengan baik seharusnya tidak akan ada *error*/ kesalahan dalam pengukurannya. Pengukuran yang valid harus memenuhi beberapa syarat yang ada di bawah ini (Malhotra, 2019):

Tabel 3. 2 Pengukuran Validitas

No	Ukuran Validitas	Definisi	Syarat Nilai
1	<i>Kaiser Meyer Olkin (KMO) Measure of Sampling Adequacy</i>	KMO adalah suatu pengukuran untuk mengukur adequacy sampling untuk menilai tingkat kesesuaian faktor analisis (Malhotra, 2019).	Nilai KMO $\geq 0,5$ maka data akan dinyatakan VALID Nilai KMO $< 0,5$ maka data akan dinyatakan TIDAK VALID.
2	<i>Factor Loading of Component Matrix</i>	Suatu pengukuran korelasi sederhana antara variabel dengan tujuan untuk menentukan validitas setiap indikator variabel (Malhotra, 2019).	Nilai <i>factor loading</i> $> 0,50$ maka variabel dinyatakan valid membentuk faktor
3	<i>Anti-image Correlation Matrics</i>	Suatu proses pengukuran antar variabel untuk melihat apakah variabel tersebut memenuhi syarat dari nilai yang sudah ditentukan (Malhotra, 2019).	Nilai MSA = 1 maka variabel dinyatakan dapat diperkirakan tanpa kesalahan dari variabel lain

No	Ukuran Validitas	Definisi	Syarat Nilai
			<p>Nilai MSA $\geq 0,50$ maka variabel dinyatakan dapat dianalisa lebih lanjut</p> <p>Nilai MSA $< 0,50$ maka variabel dinyatakan tidak dapat dianalisa lebih lanjut</p>
4	<i>Barlett's Test of Sphericity</i>	Suatu proses pengukuran untuk mengukur hipotesis dan menyatakan bahwa variabel tidak berkorelasi dengan populasi (Malhotra, 2019).	Hasil uji nilai signifikan $< 0,05$ maka menunjukkan memiliki hubungan yang signifikan antar variabel

Sumber: Data Pribadi Penulis, 2021

3.7.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan oleh peneliti untuk mengukur tingkat tingkat konsistensi variabel yang sama. Hasil kuesioner dari penelitian akan dikatakan reliabel jika jawaban dari kuesioner tersebut mempunyai hasil yang sama dari waktu ke waktu sehingga pengukuran ini dapat diandalkan. Variabel dapat dikatakan reliabel jika memiliki nilai *Cronbach's Alpha* $\geq 0,7$ (Hair et al., 2014).

3.8 Uji Asumsi Klasik

3.8.1 Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2018) menyatakan bahwa uji multikolinieritas adalah uji regresi yang bertujuan untuk mengetahui apakah model tersebut ada korelasi antar variabel independent (Ghozali, 2018). Syarat untuk mengetahui ada/ tidaknya hubungan korelasi antar variabel independent dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai *tolerance* ≥ 0.10 dan nilai VIF ≤ 10 maka tidak terdapat multikolinieritas.

3.8.2 Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah suatu alat uji regresi untuk mengetahui apakah variabel memiliki distribusi normal. Peneliti melakukan uji normalitas dengan menggunakan uji statistik yang dilihat dari nilai *Kolmogrov-Smirnov*. Dalam nilai *Kolmogrov-Smirnov* memiliki syarat yaitu jika nilai signifikan $> 0,05$ maka terdistribusi dengan normal. Sedangkan, nilai signifikan $< 0,05$ maka tidak terdistribusi dengan normal (Ghozali, 2018).

3.8.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas adalah suatu alat uji regresi untuk menguji apakah dalam model regresi ada atau tidaknya ketidaksamaan varians dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Suatu model regresi dapat dinyatakan baik jika tidak adanya heteroskedastisitas. Untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dideteksi dengan alat uji *Glejser* karena alat uji ini terjamin dari hasil keakuratannya. Syarat dari alat uji *Glejser* yaitu nilai signifikan $> 0,05$ maka tidak ada heteroskedastisitas (Ghozali, 2018).

3.9 Uji Hipotesis

3.9.1 Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda adalah suatu alat uji regresi untuk menganalisis variabel independent yang mempengaruhi variabel dependen dalam suatu penelitian. Peneliti menggunakan analisis regresi linier berganda karena

dalam penelitian ini memiliki lebih dari satu variabel independent yang mempengaruhi variabel dependen tunggal. Berikut adalah persamaan regresi linier berganda (Hair et al., 2014):

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + e$$

Y = *Entrepreneurial Intention*

X1 = *Entrepreneurship Education*

X2 = *Social Norm*

X3 = *Entrepreneurial Capacity*

X4 = *Attitude Entrepreneurship*

a = Konstanta

b = Koefisien regresi linier

e = *Error/ residual*

3.9.2 Uji Signifikan Parameter Individual (Uji T)

Uji signifikan parameter individual (uji T) adalah suatu alat uji untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh antar variabel independent dengan variabel dependent. Hipotesis nol (H0) yang diuji dari suatu parameter yaitu (Ghozali, 2018):

1. H0 : b = 0

Menjelaskan bahwa variabel independent (bebas) bukan merupakan variabel penjelas bagi variabel dependent (terkait)

2. HA : b ≠ 0

Menjelaskan bahwa variabel independent (bebas) merupakan variabel penjelas bagi variabel dependent (terkait)

Peneliti menggunakan uji statistik T dengan membandingkan nilai statistik t dengan nilai signifikan 0,05. Apabila nilai $t < 0,05$ maka hipotesis alternatif dapat diterima (H_0 ditolak dan H_A diterima). Sedangkan, apabila nilai $t > 0,05$ maka hipotesis alternatif tidak dapat diterima (H_0 diterima dan H_A ditolak).

3.9.3 Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji koefisien determinasi (R²) adalah suatu alat uji yang digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan yang dimiliki suatu model dalam menerangkan variasi dari variabel dependen dengan nilai yang ditentukan dari R² diantara nol dan satu (Ghozali, 2018).

Peneliti menggunakan uji koefisien determinasi (R²) dengan ketentuan apabila R² memiliki nilai yang kecil maka kemampuan variabel independent dalam menerangkan variasi dari variabel dependen terbatas. Sedangkan, apabila R² memiliki nilai yang mendekati nilai satu maka kemampuan variabel independent memberikan banyak informasi yang diperlukan dalam menerangkan variasi dari variabel dependent tidak terbatas (Ghozali, 2018).

3.9.4 Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Uji Signifikan Simultan (uji F) adalah suatu alat uji yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independent secara bersama-sama memiliki pengaruh kepada variabel dependen. Peneliti menggunakan uji signifikan simultan (uji F) dengan ketentuan kriteria tingkat kepercayaan 0,05 atau 5% apabila $F > 4$ maka H_1 diterima dan menyatakan bahwa variabel independent memiliki pengaruh secara simultan (secara bersama-sama) kepada variabel dependen. Sedangkan, apabila $F < 4$ maka H_1 ditolak dengan menyatakan bahwa variabel independent tidak memiliki pengaruh secara simultan kepada variabel dependen (Ghozali, 2018).