



### **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.

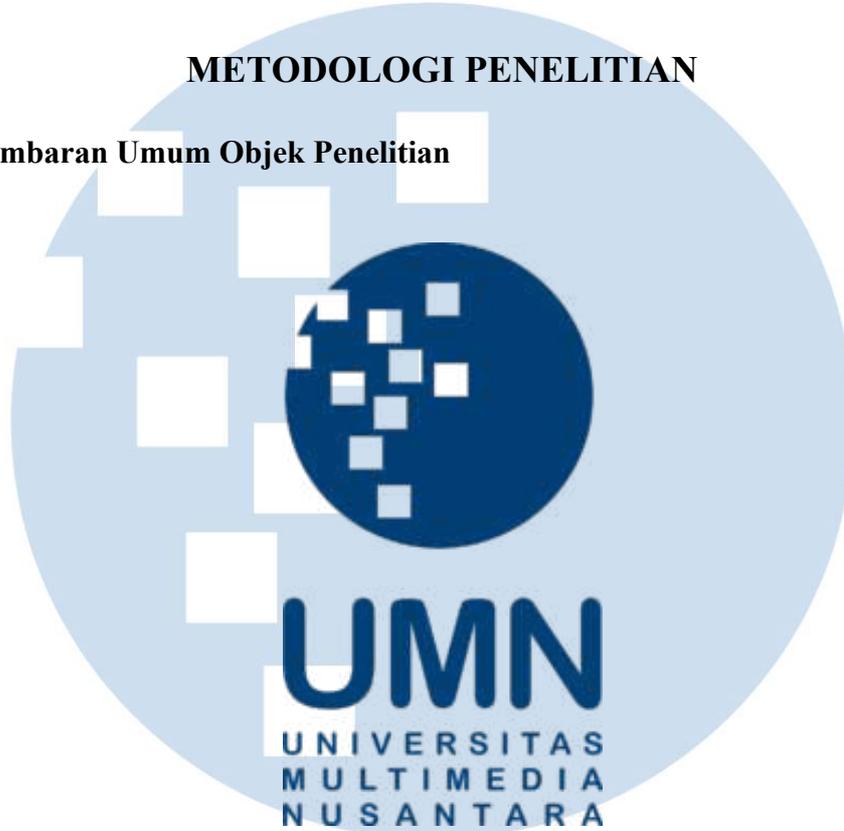
### **Copyright and reuse:**

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



**Gambar 3. 1 Logo UMN**

Sumber: Universitas Multimedia Nusantara, (2019)

Universitas Multimedia Nusantara (UMN) merupakan sebuah universitas yang berdiri pada tahun 2006 yang berlokasi di wilayah Summarecon Serpong, Kabupaten Tangerang. UMN didirikan oleh Kompas Gramedia Group dan dikelola oleh Yayasan Multimedia Nusantara. UMN memfokuskan pada ICT (*Information Communication Technology*) pada tiap proses pembelajaran untuk mempersiapkan mahasiswa agar lebih siap masuk ke dalam jenjang karier. UMN memiliki beberapa jurusan yang ditawarkan kepada calon mahasiswa, mulai dari desain komunikasi visual, ilmu komunikasi, manajemen, akuntansi, sistem informasi, teknik informatika, arsitektur dan perhotelan. Pada tahun 2021 UMN berhasil mendapatkan pengakuan internasional yang didapatkan dari ASEAN University Network-Quality Assurance (AUN-QA) atas tiga program studi yaitu

ilmu komunikasi, desain komunikasi visual dan manajemen. Saat ini UMN memiliki sebanyak 9.364 mahasiswa dan tenaga pengajar sebanyak 321.



**Gambar 3. 2 Gedung UMN**

Sumber: Universitas Multimedia Nusantara, (2019)

Universitas Multimedia Nusantara merupakan kampus yang memfasilitasi mahasiswa dalam berwirausaha yang tujuannya untuk mewujudkan visi kampus, yaitu menghasilkan lulusan yang memiliki wawasan internasional serta kompetensi tinggi sesuai dengan bidangnya, disertai jiwa wirausaha dan berbudi pekerti luhur. UMN menyediakan materi kuliah kewirausahaan untuk meningkatkan kemampuan kognitif mahasiswa, sehingga setiap mahasiswa memiliki jiwa kreatif yang tinggi dengan memahami konsep dari *entrepreneurship* serta kemampuan untuk melihat dan memanfaatkan *opportunity* untuk menciptakan sebuah usaha dari menganalisa peluang yang ada. Mahasiswa akan memperoleh pengetahuan yang berkaitan dengan pengembangan ide bisnis mulai dari mengidentifikasi segala peluang yang ada dengan melakukan analisis terhadap pasar, pesaing serta validasi ide hingga menjalankan bisnis tersebut.

### **3.1.1 Visi dan Misi Universitas Multimedia Nusantara**

Visi: Universitas Multimedia Nusantara menjadi perguruan tinggi unggulan di bidang ICT, baik di tingkat nasional maupun internasional, yang menghasilkan lulusan berwawasan internasional dan berkompentensi tinggi di bidangnya (berkeahlian) yang disertai jiwa wirausaha serta berbudi pekerti luhur.

Misi: Turut serta mencerdaskan kehidupan bangsa dan memajukan kesejahteraan bangsa melalui upaya penyelenggaraan pendidikan tinggi dengan melaksanakan Tridharma Perguruan Tinggi (Pendidikan, Penelitian dan Pengabdian pada Masyarakat), untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia Indonesia.

### **3.1.2 Kurikulum Kewirausahaan**

Implementasi *technopreneurship* sebagai mata kuliah wajib di Universitas Multimedia Nusantara bertujuan untuk mahasiswa memiliki komitmen tinggi dalam memulai hingga menjalankan sebuah usaha. Selain itu, UMN menyediakan organisasi yang berbasis bisnis untuk turut membantu konsultasi terhadap permasalahan bisnis dimana membantu mahasiswa untuk memiliki bisnis yang kian berkembang dengan memberi saran yang diperlukan oleh pihak-pihak yang memiliki usaha dan juga memiliki Skystar Ventures yang bertujuan untuk membantu goals dari mahasiswa dalam memiliki ide untuk bisnis startup. Skystar akan memberikan mentoring terbaik bagi pemilik usaha. Sehingga membantu dalam kesuksesan memulai maupun menjalankan suatu bisnis.

## **3.2 Desain Penelitian**

Desain penelitian dapat didefinisikan sebagai sebuah rancangan atau kerangka yang diperlukan untuk melakukan riset pasar. Rancangan atau kerangka menentukan prosedur atau langkah-langkah yang diperlukan untuk memperoleh

informasi yang diperlukan untuk menyusun atau memecahkan masalah riset pasar (Malhotra et al., 2017).

### 3.2.1 Jenis Penelitian

Menurut Malhotra et al., (2017), ada dua jenis desain penelitian di dalam bukunya yang dapat digunakan untuk melakukan penelitian, antara lain:

#### 1. *Exploratory Research*

Didefinisikan sebagai penelitian yang bertujuan untuk memahami dan memberikan informasi tentang situasi atau masalah yang sedang dialami oleh peneliti.

#### 2. *Conclusive Research Design*

Didefinisikan sebagai penelitian yang diarahkan pada pengambilan keputusan, penentuan, evaluasi dan alternatif sebagai bentuk upaya untuk memecahkan suatu masalah yang ada. *Conclusive research* dibagi menjadi dua tipe, yakni:

##### a) *Descriptive Research*

Didefinisikan sebagai penelitian yang bertujuan mendeskripsikan sesuatu secara mengenai ciri-ciri ataupun fungsi pasar. Dengan menentukan metode dalam memilih sumber informasi untuk pengumpulan data.

##### b) *Causal Research*

Didefinisikan sebagai penelitian yang bertujuan untuk menguji serta memperoleh bukti adanya hubungan sebab akibat antar variabel. Dengan memahami variabel yang menjadi penyebab (variabel bebas) dan variabel mana yang mempengaruhi (variabel terikat) dari suatu fenomena yang ada.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan *conclusive research design* dan *descriptive research design* untuk menganalisis serta menguji hubungan hipotesis antar variabel. Metode survei dilaksanakan dengan menyebarkan kuesioner kepada para responden. Adapun responden diminta untuk menjawab pertanyaan yang diajukan oleh peneliti di dalam kuesioner dengan

memberikan nilai antara 1 (sangat tidak setuju) sampai 7 (sangat setuju) skala *likert*.

### 3.2.2 Data Penelitian

Menurut Malhotra et al., (2017) di dalam bukunya, terdapat dua jenis *research data*, antara lain:

#### 1. *Primary Data*

Merupakan data yang diperoleh secara langsung dari peneliti untuk tujuan penelitian dengan maksud khusus untuk menanggapi fenomena maupun masalah yang muncul. Peneliti mendapatkan data primer yang berupa kuesioner dengan serangkaian pertanyaan yang terstruktur secara tertulis.

#### 2. *Secondary Data*

Merupakan data yang didapatkan dari pihak lain yang mendukung untuk menyelesaikan permasalahan penelitian. Di dalam penelitian ini, peneliti menggunakan data sekunder sebagai penunjang data yang didapatkan dari artikel, jurnal terdahulu, serta buku sebagai data pendukung.

Penelitian ini menggunakan dua jenis *research data* baik data primer dan data sekunder untuk mendukung penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Dalam penggunaan data primer, peneliti mengumpulkan data dari responden penelitian secara langsung. Pengumpulan data untuk data primer dilakukan dengan menggunakan *google form* sehingga diperoleh data secara riil dan berdasarkan tanggapan dari masing-masing responden untuk dapat diolah. Adapun pengumpulan data melalui *google form* dilakukan karena adanya PPKM. Sedangkan data sekunder atau data yang diambil dari pihak lain dilakukan penelitian untuk menyusun latar belakang, tinjauan pustaka dan proses penyusunan hipotesis penelitian. Dimana untuk data sekunder, peneliti menggunakan data maupun informasi yang diambil dari artikel jurnal, website dan buku untuk membantu menyusun agar membantu proses penyusunan kuesioner lebih sistematis dan terstruktur.

### 3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

#### 3.3.1 Target Populasi

Merupakan sekumpulan yang didapatkan dari objek yang memiliki karakteristik yang diperlukan bagi peneliti dalam suatu penelitian. Target populasi yang dipakai dalam penelitian ini adalah mahasiswa di Universitas Multimedia Nusantara.

#### 3.3.2 Sampel

Merupakan representasi seluruh elemen dari target populasi dan terdiri dari sekumpulan arahan yang digunakan untuk mengidentifikasi target populasi (Malhotra et al., 2017). Tidak terdapat kerangka sampel dalam penelitian ini.

#### 3.3.3 Teknik Sampel

Menurut Malhotra et al., (2017) terdapat dua *macam sampling techniques* yaitu *probability sampling* dan *non-probability sampling*, antara lain:

##### 1. *Probability Sampling*

Didefinisikan sebagai teknik pengambilan sampel yang memungkinkan untuk memilih elemen populasi dari manapun untuk dijadikan sampel.

##### 2. *Non-Probability Sampling*

Merupakan teknik pengambilan sampel yang mana unit sampling dipilih berdasarkan penilaian individu dari peneliti.

Empat teknik non-probability sampling, antara lain (Malhotra et al., 2017):

##### 1. *Convenience Sampling*

Teknik pengambilan sampel ini diambil berdasarkan keinginan peneliti dalam memilih waktu dan tempat yang tepat.

##### 2. *Judgemental Sampling*

Teknik pengambilan sampel ini dilakukan dengan menentukan elemen populasi berdasarkan evaluasi terhadap peneliti yang diyakini mampu untuk menggambarkan populasi tertentu.

### 3. *Quota Sampling*

Teknik pengambilan sampel ini dilakukan dalam dua tahap. Langkah pertama dengan menentukan karakteristik serta kuota tertentu dan selanjutnya memilih sampel berdasarkan teknik *convenience* atau *judgmental*.

### 4. *Snowball Sampling*

Teknik pengambilan sampel ini dilakukan berdasarkan referensi dari responden yang mempunyai karakteristik tertentu yang sesuai dengan target populasi untuk penelitian.

Berdasarkan penjelasan diatas maka peneliti menggunakan *non-probability sampling* dimana responden tidak memiliki kesempatan yang sama untuk diambil sebagai sampel. Adapun, teknik sampling digunakan oleh peneliti dalam studi ini adalah *judgmental sampling* karena menggunakan kriteria yakni mahasiswa dari Universitas Multimedia Nusantara.

#### 3.3.4 *Sampling Size*

Menurut Malhotra et al., (2017) *sampling size* adalah unit dasar yang memiliki elemen populasi untuk digunakan sebagai ilustrasi. Untuk memastikan bahwa jumlah sampel cukup untuk jumlah pertanyaan yang akan diajukan dalam kuesioner peneliti.

Berdasarkan rujukan dari pernyataan Hair et al., (2014), peneliti menggunakan *sampling size* minimum lima pengukuran per variabel, sehingga dapat diasumsikan  $n \times 5$  *observation*. Maka minimal jumlah sampel yang diperlukan adalah  $19 \times 5$ , yaitu sebanyak 95 responden.

### 3.4 Pengumpulan Data

Peneliti mengumpulkan data yang diperlukan yakni primer dan data sekunder. Data primer dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara *online* dengan *google form* beserta link <https://forms.gle/vEdMNzpgUG8twkC2A>. Selanjutnya data sekunder yang digunakan peneliti berasal dari artikel, jurnal dan statistik yang dapat digunakan sebagai pendukung untuk penelitian.

### 3.5 Operasionalisasi Variabel

Variabel operasional dalam penelitian ini terdiri dari indikator pertanyaan yang diperoleh peneliti dari jurnal utama (Farooq et al., 2018). Skala penelitian yang digunakan untuk masing-masing indikator menggunakan *likert scale 7* (tujuh) poin dengan angka satu yang menunjukkan bahwa sangat tidak disetujui hingga angka tujuh menunjukkan sangat setuju.

**Tabel 3. 1 Operasional Penelitian**

No	Variabel	Definisi Operasional	Pertanyaan Penelitian	Jurnal Referensi	Skala
1	<i>Social Support</i>	Langford et al., (1997), menyatakan dukungan sosial adalah berbagai dukungan yang diperoleh seseorang, yakni dukungan emosional, dukungan materi (keuangan), dukungan informasi (pengetahuan yang berharga) dan dukungan persahabatan.	1. Dukungan emosional/moral yang didapatkan dari jejaring sosial meningkatkan inisiatif kewirausahaan saya 2. Dukungan informasi bisnis/pengetahuan yang didapatkan dari jejaring sosial meningkatkan inisiatif kewirausahaan saya 3. Dukungan finansial berupa modal awal yang didapatkan dari jejaring sosial meningkatkan inisiatif kewirausahaan saya 4. Dukungan dalam bentuk kontak bisnis tambahan (agen,distributor) meningkatkan inisiatif kewirausahaan saya	Sequeira et al., (2007)	<i>Likert 1-7</i>
2	<i>Attitude towards entrepreneurship</i>	Palmer et al., (2019) menyatakan sikap terhadap kewirausahaan adalah gambaran untuk menilai perilaku	1. Menjadi seorang pengusaha memiliki lebih banyak keuntungan daripada kerugian 2. Saya lebih menyukai berkarier sebagai pengusaha	Liñán and Chen (2009)	<i>Likert 1-7</i>

		berwirausaha secara positif atau negatif yang mempengaruhi pada niat seseorang kemudian pada perilaku.	3. Diantara berbagai pilihan, saya akan memilih menjadi pengusaha		
3	<i>Subjective Norms</i>	Cameron et al., (2012) berpendapat bahwa <i>subjective norms</i> berhubungan dengan peran dari dukungan eksternal seperti keluarga, teman dan orang yang dinilai berpengaruh dalam kehidupan individu.	<p>1. Jika anda memutuskan untuk mendirikan perusahaan, apakah keluarga dekat anda akan menyetujui keputusan tersebut</p> <p>2. Jika anda memutuskan untuk mendirikan perusahaan, apakah teman anda menyetujui keputusan tersebut</p> <p>3. Jika anda memutuskan untuk mendirikan perusahaan, apakah rekan kerja (sesama mahasiswa, teman organisasi) anda akan menyetujui keputusan tersebut</p>	Liñán and Chen (2009)	<i>Likert 1-7</i>
4	<i>Perceived Behavioral Control</i>	Luc (2018) menyatakan bahwa kontrol perilaku yang dirasakan merupakan keyakinan seseorang terhadap kemampuannya dalam menyelesaikan ataupun melakukan pekerjaan/tindakan tertentu.	<p>1. Saya siap untuk memulai usaha yang layak</p> <p>2. Saya dapat mengontrol fase peluncuran awal bisnis baru</p> <p>3. Saya sepenuhnya menyadari apa yang diperlukan untuk memulai bisnis baru</p> <p>4. Saya sepenuhnya siap untuk inisiatif kewirausahaan saya</p> <p>5. Jika saya mencoba untuk memulai sebuah perusahaan, saya akan memiliki kemungkinan besar untuk berhasil</p>	Liñán and Chen (2009)	<i>Likert 1-7</i>
5	<i>Entrepreneurial Intention</i>	Chhabra et al., (2017) menjelaskan bahwa <i>entrepreneurial intention</i> didefinisikan sebagai kemampuan atau niat yang timbul dari diri seseorang untuk menghasilkan sebuah inovasi yang baru dengan memanfaatkan seluruh sumber daya yang ada serta berani dalam mengambil resiko dan menemukan peluang-peluang baru di masa yang akan datang.	<p>1. Saya siap melakukan segalanya untuk menjadi wirausaha</p> <p>2. Tujuan karier saya adalah untuk menciptakan bisnis</p> <p>3. Saya bertekad untuk memulai bisnis saya di masa depan</p> <p>4. Saya memiliki niat kuat untuk mendirikan usaha saya sendiri di masa depan</p>	Liñán and Chen (2009)	<i>Likert 1-7</i>

### 3.6 Teknik Analisis Data

#### 3.6.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

##### 1. Uji Validitas

Dalam penelitian ini, peneliti memproses data pre-test dengan menggunakan IBM SPSS versi 25 untuk menentukan serta mengukur apakah indikator dapat mewakili suatu variabel. Validitas terbaik menunjukkan bahwa ketidakadaan kesalahan dalam pengukuran yang digunakan untuk variabel apapun (Malhotra et al., 2017). Hal ini dinyatakan valid jika memenuhi ketentuan sebagai berikut:

Tabel 3. 2 Ukuran Validitas

No	Ukuran Validitas	Ketentuan
1	<i>Kaiser Meyer-Olkin (KMO) Measure of Sampling Adequacy</i>	$KMO \geq 0,5$
2	<i>Barlett's Test of Sphericity</i>	Sig. $< 0,05$
3	<i>Anti-image Correlation Matrices</i>	$MSA \geq 0,5$
4	<i>Factor Loading of Component Matrix</i>	Factors Loading $> 0,5$

Sumber: Malhotra et al., (2017)

##### 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji yang dilakukan untuk mengukur konsistensi hasil dari *measurement* dari waktu ke waktu (Malhotra et al., 2017). Kuesioner dikatakan reliabel apabila jawaban responden terhadap pertanyaan tersebut stabil dari waktu ke waktu, sehingga *measurement* dapat dipercaya.

Measurement yang dapat dinyatakan reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha*  $\geq$  0,7 (Hair, Black, et al., 2014).

### 3.6.2 Analisis Data Penelitian

Menurut Hair et al., (2017) menyatakan *Structural Equation Model* merupakan analisis data multivariat yang melibatkan menerapkan metode statistik secara bersamaan dengan melakukan analisis terhadap variabel-variabel yang mewakili pengukuran yang berkaitan dengan seseorang, perusahaan, institusi, situasi dan lainnya.

Dalam penelitian ini, peneliti ingin mengetahui hubungan antar variabel yakni *social support*, *attitude towards entrepreneurship*, *subjective norms*, *perceived behavioral control* dan *entrepreneurial intention*. Penelitian ini dilakukan untuk menguji variabel dengan menggunakan metode SEM melalui aplikasi SmartPLS secara bersamaan.

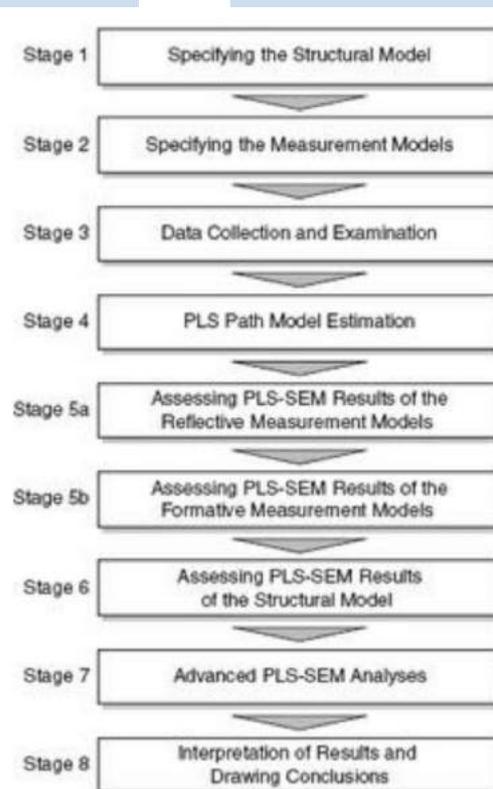
### 3.7 Variabel dalam SEM

Adapun 2 jenis variabel dalam SEM yang disebut sebagai variabel laten (*latent variable*) dan variabel terukur atau variabel yang diamati. Variabel laten merupakan istilah abstrak yang sangat penting dalam SEM. Variabel laten dapat dibagi menjadi dua jenis: variabel eksogen dan variabel endogen. Variabel eksogen adalah variabel yang timbul sebagai variabel bebas dalam penelitian. Selain itu, Variabel endogen adalah variabel yang terkait dengan setidaknya satu persamaan dalam model penelitian. Variabel terukur disebut juga sebagai variabel yang dapat diukur secara empiris dan disebut indikator (Hair et al., 2017). Dalam penelitian ini variabel eksogen ialah *social support* sedangkan untuk variabel endogen ialah *attitude towards entrepreneurship*, *subjective norms*, *perceived behavioral control* serta *entrepreneurial intention*.

### 3.7.1 Tahapan dalam Analisis SEM

Adapun Hair et al., (2017) mengemukakan delapan tahapan dalam pembentukan dan analisis. Untuk penelitian ini, metode partial least square - structural equation model (PLS-SEM). Berikut merupakan tahapan dalam PLS-SEM:

**Gambar 3. 3 Tahapan Dalam SEM**



Sumber: Hair et al., (2017)

Tahapan pertama ialah menentukan model struktural. Selanjutnya tahap kedua ialah menentukan model pengukuran. Setelah itu, tahap ketiga yakni pengumpulan dan estimasi data. Tahap keempat ialah memilih model pls. Tahap kelima adalah menilai hasil PLS-SEM dari model pengukuran reflektif dan formatif. Tahap keenam ialah menilai hasil PLS-SEM dari model struktural. Tahap ketujuh ialah analisis dari kelanjutan PLS-SEM. Tahap kedelapan ialah interpretasi hasil dan kesimpulan.

### 3.7.2 Evaluasi Measurement Model (Outer Model)

#### 1. Uji Validitas

Bertujuan untuk mengetahui variabel laten mana yang dianggap valid. Maka dari itu kriteria yang wajib dipenuhi untuk uji validitas dengan PLS-SEM adalah sebagai berikut (Hair et al., 2017):

- *Convergent Validity*

Didefinisikan sebagai sejauh mana suatu ukuran memiliki korelasi positif dengan tahapan alternatif yang terdiri dari konstruk yang memiliki kesamaan. Suatu variabel dinilai memiliki validitas konvergen yang baik apabila *outer loading* dari tiap variabel lebih besar dari 0.7 serta *AVE* lebih besar dari 0.5.

- *Discriminant Validity*

Didefinisikan sebagai sejauh mana konstruk tersebut sebenarnya berbeda dengan yang lainnya. Oleh karena itu, menetapkan *discriminant validity* berarti menangkap fenomena unik pada konstruk dan tidak diwakili oleh konstruk lain dalam model. Suatu variabel dinilai memiliki validitas diskriminan yang baik apabila nilai *cross loading* dari *outer loading* lebih besar daripada nilai *outer loading* yang lain serta memiliki nilai lebih baik dibandingkan *construct* yang lain.

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

<b><i>Discriminant</i></b>	<b><i>Cross Loading</i></b>	<b><i>Cross Loading</i></b>	Nilai <i>Outer Loading</i> > Nilai <i>Outer Loading</i> lainnya
	<b><i>Fonell-Larcker criterion</i></b>	<b><i>Fonell-Larcker criterion</i></b>	<i>Construct</i> memiliki nilai indikator lebih baik dibandingkan dengan <i>construct</i> lainnya

Sumber: Hair et al., (2017)

## 2. Uji Reliabilitas

Bertujuan untuk mengukur konsistensi dari indikator. Suatu variabel dinilai memiliki reliabilitas yang tinggi jika memiliki nilai cronbach's alpha lebih dan composite reliability lebih besar dari 0.7. Kriteria yang harus dipenuhi dengan PLS- SEM adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 4 Syarat Uji Reliabilitas

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

Sumber: Hair et al., (2017)

### 3.7.3 Evaluasi Model Struktural (Inner Model)

Hair et al., (2017) mengemukakan bahwa model struktural mewakili *construct* yang menunjukkan hubungan antar *construct*. Kemudian langkah yang dilakukan setelah *construct* valid dan reliabel maka diperlukan untuk menguji model struktural. Dengan menggunakan salah satu kriteria yang mengukur koefisien *r-squared* menurut standar yang ditetapkan. Sehingga dapat dapat menentukan ukuran kekuatan prediksi model dan juga dihitung sebagai nilai korelasi *construct* endogen.

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)

### 3.8 Uji Hipotesis

Hair et al., (2014) menyatakan bahwa model fit yang baik tidak cukup untuk mendukung model teoritis yang diusulkan. Peneliti pun harus memeriksa setiap parameter yang mewakili hipotesis tertentu. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa model teoritis valid jika memenuhi syarat berikut:

#### 1. *T-Statistic*

Pengujian ini bertujuan untuk menilai seberapa jauh pengaruh variabel independen dalam konteks individual terhadap variabel dependen. Untuk nilai *t*-statistik harus memenuhi  $> 1.64$  (*single-tailed*) serta  $> 1.96$  (*two-tailed*).

#### 2. *P-Value*

Dapat dikatakan bahwa hipotesis antar variabel berpengaruh signifikan apabila  $p\text{-value} \leq 0.05$ , karena tingkat error yang terjadi dibawah nilai tersebut.