

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

3.1.1 Universitas Multimedia Nusantara

Universitas Multimedia Nusantara (UMN) merupakan salah satu kampus yang terletak di Tangerang, dimana UMN didirikan pada tahun 2006 dalam naungan Yayasan Multimedia Nusantara yang didirikan oleh Kompas Gramedia. UMN terkenal dengan bangunan unik yang memiliki bentuk seperti telur raksasa, dimana desain bangunan UMN memiliki konsep hemat energi dengan sebutan *New Media Tower*. Desain bangunan ini berhasil membuat UMN menjadi juara pertama dalam *Energy Efficient Building* kategori *Tropical Building* pada *ASEAN Energy Award* 2014 dan juara pertama dalam kategori gedung hemat energi dalam ajang penghargaan Penghargaan Efisiensi Energi Nasional (PEEN) pada tahun 2013.

Untuk menjadi perguruan tinggi unggulan di bidang ICT, UMN memiliki visi dan misi. Dimana visi UMN adalah menjadi perguruan tinggi unggulan di bidang ICT, baik di tingkat nasional maupun internasional dan mampu menghasilkan lulusan mahasiswa yang berwawasan internasional dan memiliki kompetensi yang tinggi di bidangnya disertai dengan jiwa *entrepreneurship* serta berbudi pekerti luhur. Misi UMN adalah turut serta mencerdaskan kehidupan bangsa dan memajukan kesejahteraan bangsa melalui upaya menyelenggarakan pendidikan setinggi-tingginya dengan melaksanakan Tridharma perguruan tinggi,

yaitu pendidikan, penelitian dan pengabdian pada masyarakat agar dapat meningkatkan kualitas sumber daya manusia Indonesia.



Gambar 3.1 Logo Universitas Multimedia Nusantara

Sumber: Universitas Multimedia Nusantara, 2021

Logo yang dimiliki UMN melambangkan berbagai hal yang ada, bola dunia melambangkan cita-cita UMN yang memiliki eksistensi sebagai universitas yang memiliki kredibilitas secara internasional. Bola dunia juga melambangkan UMN sebagai universitas global, tidak berorientasi pada suatu golongan, agama, ideologi maupun kelompok tertentu. Selain itu, melambangkan mahasiswa UMN yang merupakan generasi muda dunia dari berbagai latar belakang yang ada. Kotak-kotak putih melambangkan kemajuan teknologi komunikasi dan informasi yang berperan dalam konvergensi berbagai bidang kehidupan di dunia yang saling terkoneksi secara canggih. Dimana menyatukan berbagai komunitas menggunakan teknologi yang saling terhubung agar dapat menciptakan komunitas dunia yang harmonis. Kotak putih terbuka melambangkan bahwa UMN, manusia dan aspek kehidupan

memiliki keterbukaan untuk terus mengembangkan diri dan melampaui dirinya menuju cita-cita yang tidak terbatas diluar sana. Dan warna biru melambangkan teknologi, khususnya teknologi informasi dan komunikasi (ICT).

UMN memiliki 4 fakultas dalam program studi sarjana, yaitu fakultas teknik & informatika, fakultas bisnis, fakultas ilmu komunikasi dan fakultas seni desain. Fakultas bisnis UMN 2 program studi ada program studi manajemen dan program studi akuntansi. Untuk program studi manajemen, terdapat lima peminatan yang dapat dipilih oleh mahasiswa, yaitu:

1. *Entrepreneurship*

Peminatan ini didesain untuk mempersiapkan mahasiswa UMN untuk menjadi seorang *entrepreneur* yang dapat memanfaatkan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi dengan baik. Selain itu mempersiapkan mahasiswa untuk menjadi seorang *entrepreneur* yang memiliki jiwa kreatif, memiliki kemampuan menganalisis serta melihat peluang yang ada, serta mampu menjalankan bisnis dengan baik.

2. *Marketing Management*

Peminatan ini memberikan pelajaran tentang cara membuat strategi *marketing* yang baik dan unik serta mempersiapkan mahasiswa agar mampu mengimplementasikan strategi tersebut di dunia bisnis sesuai dengan keadaan dan kondisi pasar saat ini. Selain itu, mempersiapkan mahasiswa agar mampu memanfaatkan segala perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di dunia bisnis yang berkembang setiap harinya.

3. *Financial Management*

Peminatan ini mempersiapkan mahasiswa untuk agar dapat mengelola keuangan dengan baik dan memanfaatkannya secara efektif serta efisien agar tercapai tujuan organisasi.

4. *Human Capital Management*

Peminatan ini mempersiapkan mahasiswa agar dapat mengelola sumber daya manusia yang ada mulai dari melakukan *job analysis*, *attracting*, *developing*, *maintaining human resource* dan sebagainya agar sumber daya manusia dapat berintegrasi dalam mencapai tujuan perusahaan.

5. *Operation Management*

Peminatan ini memberikan pelajaran mengenai cara membuat perencanaan, desain, pengendalian serta proses mengubah bahan baku menjadi produk atau jasa. Mahasiswa akan mempelajari berbagai *tools* dan teknik agar dapat menganalisis operasional dan bisa mengambil keputusan operasional.

3.1.2 Universitas Prasetiya Mulya

Universitas Prasetiya Mulya (Prasmul) merupakan sekolah bisnis terkemuka di Indonesia dan merupakan pelopor program MBA. Prasmul didirikan oleh para pemimpin bisnis yang ada di Indonesia pada tahun 1982 dan bertujuan untuk menjadi sentra pembelajaran bagi para pelaku bisnis, profesional dan peneliti bisnis yang ada. Di tahun 2005, Prasmul membuka program sarjana dan pendaftaran mahasiswa setiap tahun terus meningkat. Dengan meningkatnya mahasiswa setiap tahun, pada tahun 2009, Prasmul membangun kampus kedua yang terletak di Edutown – BSD City. Dan pada tahun 2016, Prasmul mendirikan *School of Applied*

Science, Technology, Engineering and Mathematics (STEM) dan *School of Business and Economics (SBE)* untuk menjawab tantangan yang beragam pada abad 21.

Universitas Prasetiya Mulya mulai beroperasi pada tahun 1982 dan menjadi perguruan tinggi pertama di Indonesia yang membuka program Magister Manajemen. Fakultas Bisnis dan Ekonomi (SBE) yang ada di Prasmul terdiri dari 9 program sarjana, antara lain S1 akuntansi, S1 bisnis, S1 ekonomi bisnis, S1 *branding*, S1 *event*, S1 keuangan & perbankan, S1 teknologi keuangan, S1 *hospitality* bisnis dan S1 hukum bisnis internasional. Seluruh program sarjana telah diterima dengan antusias dan diapresiasi dengan reputasi yang baik di Indonesia.



**UNIVERSITAS
PRASETIYA MULYA**

Gambar 3.2 Logo Universitas Prasetiya Mulya

Sumber: Universitas Prasetiya Mulya, 2021

Universitas Prasetiya Mulya memiliki visi & misi, visinya yaitu sebagai penggerak dalam memajukan ilmu pengetahuan, membentuk dan menumbuhkan bisnis yang inovatif dan unggul melalui pendidikan, pelatihan dan penelitian dalam bidang ilmu bisnis, sosial serta STEM untuk memajukan dan mensejahterakan bangsa Indonesia. Untuk mewujudkan visi tersebut, misi Prasmul adalah sebagai berikut:

1. Menyelenggarakan pendidikan ilmu bisnis, sosial dan STEM dengan pembelajaran yang berpusat pada mahasiswa dan berkualitas tinggi.

2. Melakukan penelitian yang berkualitas di bidang ilmu bisnis, sosial dan STEM dan berinovasi untuk membentuk ekosistem bisnis yang sehat dan dapat berkontribusi terhadap kemajuan ilmu pengetahuan.
3. Melaksanakan pengabdian masyarakat melalui pemanfaatan ilmu bisnis, sosial dan STEM untuk memajukan bangsa dan negara Indonesia.
4. Melakukan inovasi dalam ilmu bisnis, sosial dan STEM dalam merintis bisnis yang memanfaatkan kearifan lokal.

3.1.3 Universitas Pelita Harapan

Universitas Pelita Harapan (UPH) didirikan pada tahun 1994 oleh Pelita Harapan Education Foundation (YPPH) dan memiliki komitmen dalam bidang pendidikan. Komitmen ini kemudian dicerminkan dengan menunjukkan manajemen yang profesional, pengajaran dan kurikulum yang berkualitas serta memberikan beasiswa terhadap mahasiswa berprestasi dan kepada mahasiswa yang membutuhkan bantuan keuangan. Dalam mewujudkan komitmen mereka, UPH membuka 28 program studi yang bisa dipilih oleh calon mahasiswa sesuai dengan ketertarikan mereka.



Gambar 3.3 Logo Universitas Pelita Harapan

Sumber: Universitas Pelita Harapan, 2021

Dalam mewujudkan komitmen mereka, UPH memiliki visi & misi yang mereka pegang. Visi mereka adalah menjadi universitas yang berpusat pada Kristus dan

mempromosikan pengetahuan yang sejati, memiliki iman kepada Kristus dan berkarakter saleh yang bertujuan untuk mengembangkan pemimpin masa depan yang takut akan Tuhan, kompeten dan profesional melalui pendidikan yang unggul, holistik dan transformasional. Untuk mewujudkan visi tersebut, misi UPH adalah sebagai berikut:

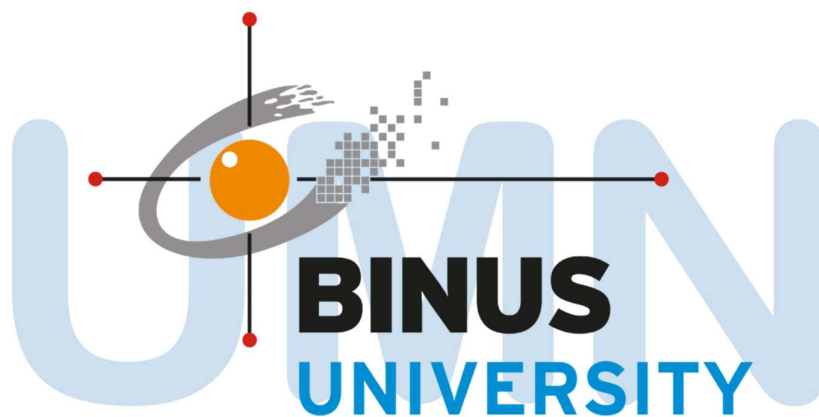
1. Memberikan pelajaran yang transformasional holistik yang berakar pada Kitab Suci dan memiliki kerangka teologis reformasi.
2. Berkontribusi pada kemajuan ilmu pengetahuan dan bimbingan budaya dengan pandangan dunia Kristen yang alkitabiah.
3. Berpartisipasi dalam pengembangan individu dan masyarakat untuk kemuliaan Tuhan.

3.1.4 Universitas Bina Nusantara

Universitas Bina Nusantara (Binus) didirikan oleh Joseph Wibowo Hadipoespito dan Theresia Widia Soerjaningsih pada tanggal 8 Agustus 1996. Awalnya, pada tahun 1876 Binus merupakan lembaga pendidikan komputer dengan dan kemudian mengalami perkembangan dan memiliki banyak peminat sehingga pada tahun 1996 Binus University resmi didirikan dan diakui oleh pemerintah. Sejak didirikan, Binus berusaha untuk mengembangkan dan meningkatkan kualitas pendidikan mereka. Salah satu cara yang dilakukan oleh Binus dalam mewujudkan hal tersebut adalah dengan menjalin hubungan kerjasama dengan berbagai lembaga dan perguruan tinggi baik yang ada di Indonesia hingga luar negeri. Selain itu, binus juga melakukan kerjasama dengan perusahaan yang bergerak di bidang teknologi komunikasi dan informasi seperti Microsoft, ORACLE, Lotus Development

Indonesia, ASUS, ACER dan Computer Associates. Dengan kerjasama dengan perusahaan yang bergerak di bidang teknologi komunikasi dan informasi, Binus dapat menciptakan dan mengembangkan lingkungan kampus yang bernuansa teknologi dan ilmiah dengan dukungan riset dan penelitian terapan.

Seiring dengan perkembangan Binus, Binus melakukan berbagai inovasi seperti mengembangkan program pascasarjana menjadi Binus Business School (BBS), mengembangkan Binus Internasional yang menyediakan kesempatan kepada mahasiswa untuk mendapatkan program *Dual Degree* serta membuka dua fakultas baru yaitu fakultas psikologi dan fakultas komunikasi & multimedia. Saat ini Binus memiliki 7 fakultas dengan 4 program diploma, 51 program sarjana, 6 program magister dan 2 program doktor serta memiliki 8 kampus dengan lokasi yang berbeda.



Gambar 3.4 Logo Universitas Bina Nusantara

Sumber: Universitas Bina Nusantara, 2021

Binus memiliki visi dan misi yang menjadi pedoman mereka untuk menyelenggarakan kegiatan pendidikan mereka. Visi yang dimiliki Binus adalah menjadi universitas kelas dunia yang memiliki inovasi dan usaha yang terus

menerus. Misi Binus adalah untuk berkontribusi kepada komunitas global melalui penyelenggaraan pendidikan kelas dunia dengan:

1. Menghargai dan mengakui bakat yang kreatif dan memiliki nilai tambah.
2. Memberikan pengalaman kepada mahasiswa dalam melakukan pengajaran, pembelajaran dan penelitian kelas dunia untuk menumbuhkan keunggulan dalam inovasi, kewirausahaan dan beasiswa.
3. Memberikan dan melakukan layanan yang profesional dengan penekanan pada aplikasi pengetahuan kepada masyarakat.
4. Menciptakan pemimpin yang luar biasa untuk komunitas global yang ada di dunia.
5. Meningkatkan kualitas hidup masyarakat Indonesia dan komunitas global yang ada.

3.2 Desain Penelitian

Menurut Malhotra et al (2017) dalam bukunya yang berjudul “*Marketing Research: An applied approach*” edisi yang ke 5 menjelaskan bahwa desain penelitian merupakan sebuah kerangka kerja atau *blueprint* dalam melakukan suatu proyek penelitian. Desain penelitian digunakan untuk membantu peneliti dalam mendapatkan informasi yang kemudian digunakan untuk menyusun dan mendapatkan jawaban untuk menyelesaikan suatu permasalahan yang berhubungan dengan penelitian yang sedang dilakukan.

3.2.1 Jenis Desain Penelitian

Menurut Malhotra et al (2017) terdapat dua jenis desain penelitian yaitu *exploratory research design* dan *conclusive research design* dengan penjelasan sebagai berikut:

1. *Exploratory research design*

Desain penelitian ini bertujuan untuk memberikan suatu penjelasan dan pemahaman mengenai suatu fenomena yang sedang terjadi. Desain penelitian ini digunakan ketika subjek dalam penelitian sulit untuk diukur. Desain penelitian ini memiliki sifat yang fleksibel, tidak memiliki struktur yang pasti namun desain penelitian ini dapat berkembang.

2. *Conclusive research design*

Desain penelitian ini merupakan jenis penelitian yang bertujuan untuk meneliti suatu fenomena melalui uji hipotesis dan mencari jawaban dari setiap hubungan antar variabel penelitian yang ada. Desain penelitian ini memiliki proses penelitian yang bersifat formal dan memiliki struktur penelitian yang pasti dan jelas. *Conclusive Research Design* ini memiliki dua tipe penelitian, yaitu:

- a.) *Descriptive research*

Tipe penelitian ini memiliki tujuan untuk menjelaskan dan mendeskripsikan suatu karakteristik dari fungsi pasar dan pasar itu sendiri. Tipe penelitian ini menentukan metode sendiri dalam memilih sumber informasi yang digunakan untuk mendapatkan serta mengumpulkan informasi yang dibutuhkan. Dalam tipe penelitian ini, terbagi lagi menjadi dua jenis

berdasarkan dimensi waktu, yaitu: *cross-sectional design* dimana pengambilan data hanya dilakukan satu kali dalam satu periode dan *longitudinal design* dimana pengambilan data yang dapat dilakukan dalam jangka waktu tertentu dalam kelompok responden.

b.) *Causal research*

Tipe penelitian ini digunakan untuk mendapatkan bukti sebab-akibat dari suatu hubungan antar variabel yang sedang diteliti. Tipe penelitian ini memiliki tujuan untuk melihat dan memahami variabel mana saja yang menjadi suatu penyebab atas suatu fenomena (variabel bebas) dan variabel mana saja yang menjadi pengaruh atas suatu fenomena (variabel terikat) agar dapat melakukan pengujian hipotesis dan menentukan sifat dari suatu hubungan antar variabel penelitian.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis, penulis menggunakan jenis *conclusive research design* dengan tipe penelitian *descriptive research* untuk melakukan penelitian mengenai pengaruh *entrepreneurial passion*, *attitudes toward entrepreneurship*, *subjective norms* dan *perceived behavioral control* terhadap niat seorang mahasiswa untuk menjadi seorang *entrepreneur*. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan *cross-sectional design* dalam melakukan survey yaitu menyebarkan kuesioner menggunakan Google Form sebanyak satu kali kepada mahasiswa-mahasiswi yang sedang menjalankan studi di universitas sekitar Tangerang Selatan. Penulis menggunakan *7-point likert* dalam survey yang disebarkan dari pernyataan yang sangat tidak setuju dan sangat setuju mengenai suatu pertanyaan untuk mengukur setiap jawaban dari responden yang didapatkan.

3.2.2 Data Penelitian

Dalam buku Malhotra et al (2017), terdapat dua jenis data dalam penelitian, yaitu *primary data* dan *secondary data*, dengan penjelasan sebagai berikut:

1. *Primary data*

Primary data merupakan data yang didapatkan langsung dari seorang peneliti yang digunakan untuk menjawab suatu permasalahan dan fenomena yang sedang diteliti.

2. *Secondary data*

Secondary data merupakan data yang sudah terkumpul dan sudah ada yang didapat dari pihak lain yang digunakan untuk menyelesaikan suatu permasalahan dalam penelitian yang dilakukan.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis, penulis menggunakan dua jenis data tersebut. Penulis menggunakan *primary data* sebagai sumber data utama penelitian yang dilakukan penulis dengan mengumpulkan data sendiri melalui survei yang dilakukan oleh penulis. Dengan melakukan survei, penulis bisa mendapatkan *primary data* yang akurat dan nyata dari setiap jawaban yang diberikan oleh setiap responden. Penulis juga menggunakan *secondary data* yang digunakan sebagai sumber data pendukung dalam menyusun penelitian ini secara sistematis serta membantu penulis dalam menyusun pertanyaan-pertanyaan dalam penelitian yang dilakukan. Penulis mendapatkan *secondary data* melalui artikel, jurnal penelitian sebelumnya, website, dari buku para peneliti dan sebagainya.

3.3 Metode Penelitian

Menurut Arikunto (2019), metode penelitian merupakan cara utama yang digunakan oleh para peneliti untuk dapat mencapai tujuan serta menemukan jawaban atas suatu permasalahan yang sedang diteliti. Menurut Sukandarrumidi (2012) metode penelitian merupakan suatu cara yang digunakan oleh peneliti agar dapat mencapai tujuan penelitian dan menemukan jawaban atas permasalahan yang sedang diteliti dan diajukan. Berdasarkan cara pengolahan data, analisis data serta cara menarik kesimpulan data, metode penelitian terbagi menjadi 2 jenis, yaitu:

1. Metode Penelitian Kuantitatif

Menurut Sugiyono (2018), penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang berlandas pada filsafat positivisme untuk meneliti suatu populasi atau fenomena dan mengambil sampel untuk mengumpulkan data dan menganalisis data tersebut. Menurut Sanjaya (2015), terdapat 5 metode yang digunakan dalam penelitian kuantitatif, antara lain:

a.) Eksperimen

Metode penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan serta meramalkan suatu fenomena yang akan terjadi pada suatu variabel jika diberikan pengaruh tertentu terhadap variabel lainnya.

b.) Survei

Metode ini bertujuan untuk mengungkapkan opini, pendapat serta pandangan responden terhadap suatu fenomena atau isu yang sedang diteliti.

c.) Penelitian Korelasi

Metode ini dilakukan untuk menemukan hubungan antar dua atau lebih variabel yang sedang diteliti.

d.) Studi Perbandingan

Metode ini dilakukan untuk menemukan suatu perbedaan yang terdapat dalam dua kelompok subjek penelitian yang ada.

e.) Studi Perkembangan

Metode ini bertujuan untuk menemukan suatu perkembangan yang terdapat dalam subjek penelitian yang berdasarkan pada fungsi waktu.

2. Metode Penelitian Kualitatif

Menurut Sugiyono (2018), penelitian kualitatif merupakan penelitian yang berlandaskan filsafat postpositivisme yang digunakan untuk meneliti suatu kondisi ilmiah, dimana peneliti merupakan instrumen dalam penelitian, serta pengumpulan data dan analisis data yang dikumpulkan bersifat kualitatif dan lebih menekankan pada suatu makna tertentu. Menurut Sanjaya (2015), terdapat 3 metode yang digunakan dalam penelitian kualitatif, antara lain:

a.) Metode *grounded*

Metode ini dilaksanakan dengan cara mengadakan data yang ada di lapangan, baik dalam membuat rumusan masalah, membangun suatu hipotesis hingga menarik kesimpulan penelitian. Oleh karena itu, metode ini memerlukan pengalaman dan kredibilitas peneliti.

b.) Metode Deskriptif Kualitatif

Metode ini memiliki fungsi untuk menggambarkan secara utuh serta mendalam suatu realitas dan fenomena yang ada serta terjadi ditengah masyarakat yang menjadi subjek penelitian.

c.) Metode Penelitian Etnografi

Penelitian Etnografi merupakan penelitian mengenai budaya suatu masyarakat tertentu. Dalam penelitian ini, peneliti memotret kehidupan kelompok masyarakat tertentu untuk menggambarkan secara utuh kehidupan sehari-hari mereka dan mengaitkannya dengan aspek budaya yang menjadi objek dalam penelitian.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif. Hal ini karena penulis mengumpulkan data dengan melakukan survei dan mengolah data yang didapatkan untuk meneliti faktor yang mempengaruhi pembentukan niat mahasiswa untuk menjadi seorang *entrepreneur*.

3.4 Ruang Lingkup

Menurut Malhotra et al (2017) dalam bukunya menjelaskan terdapat 6 langkah untuk menentukan *sampling design* dalam sebuah penelitian yang disebut dengan *the sampling design process*. Dimana *sampling design process* dimulai dengan melakukan definisi target populasi yang akan diteliti sampai melakukan validasi pada sampel yang akan diteliti. *Sampling design process* meliputi 6 langkah, yaitu mendefinisikan target populasi, menentukan *sampling frame* yang akan diteliti, menentukan teknik pengambilan sampel, menentukan ukuran sampel, menjalankan *sampling process* dan melakukan validasi sampel yang telah diambil.

3.4.1 Mendefinisikan Target Populasi

Menurut Malhotra et al (2017), target populasi adalah sekumpulan objek yang memiliki informasi yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengambil kesimpulan terkait penelitian yang sedang dilakukan oleh peneliti. Target populasi juga memiliki 4 aspek, yaitu:

1. *Element*

Menurut Malhotra et al (2017), *element* merupakan suatu objek penelitian yang memiliki informasi yang dicari oleh peneliti dan berguna bagi penelitian yang sedang dijalankan. Dalam penelitian yang dilakukan saat ini, responden merupakan elemen dalam penelitian.

2. *Sampling unit*

Menurut Malhotra et al (2017), *sampling unit* merupakan objek penelitian yang memiliki karakteristik yang sama dan dapat dijadikan sampel dalam penelitian. Dalam penelitian yang dilakukan saat ini, yang menjadi *sampling unit* adalah pria dan wanita yang sedang berkuliah di sekitar Tangerang Selatan, sudah memiliki bisnis maupun belum memiliki bisnis dan memiliki minat untuk membuka bisnis.

3. *Extent*

Menurut Malhotra et al (2017), *extent* merupakan batasan geografis atau ruang lingkung yang digunakan dalam penelitian. Dalam penelitian yang dilakukan saat ini, yang menjadi *extent* adalah mahasiswa/mahasiswi yang berkuliah di Universitas Multimedia Nusantara, Universitas Prasetya Mulya, Universitas Pelita Harapan dan Universitas Bina Nusantara.

4. *Time*

Menurut Malhotra et al (2017), *time* merupakan jangka waktu yang digunakan peneliti dalam melakukan penelitiannya. Dalam penelitian ini, jangka waktu penelitian dilakukan selama empat bulan mulai dari bulan September sampai bulan Desember 2021.

3.4.2 Menentukan *Sampling Frame*

Menurut Malhotra et al (2017), *sampling frame* merupakan representasi dari setiap elemen-elemen yang menjadi sasaran dalam target populasi yang terdiri dari rangkaian arahan yang berguna untuk mengidentifikasi target populasi. Dalam penelitian ini, tidak ada *sampling frame*.

3.4.3 Menentukan *Sampling Unit*

Menurut Malhotra et al (2017), *sampling unit* merupakan elemen-elemen yang terpilih dari suatu populasi penelitian yang telah dipilih untuk digunakan dalam penelitian. *Sampling unit* dalam penelitian ini adalah mahasiswa/mahasiswi yang berkuliah di Universitas Multimedia Nusantara, Universitas Prasetya Mulya, Universitas Pelita Harapan dan Universitas Bina Nusantara yang tertarik untuk berbisnis.

3.4.4 Menentukan *Sampling Techniques*

Menurut Malhotra et al (2017), pengambilan sampel dapat diklasifikasikan menjadi dua jenis, yaitu *probability sampling* dan *non-probability sampling*. *Probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang setiap elemen dalam suatu populasi memiliki peluang yang sama untuk dijadikan sampel dalam penelitian. Dalam *probability sampling* terbagi menjadi 5 jenis, yaitu:

1. *Simple random sampling*

Simple random sampling merupakan teknik pengambilan sampel dari suatu populasi secara acak karena sampel dalam populasi tersebut dianggap homogen/sejenis.

2. *Systematic random sampling*

Systematic random sampling merupakan teknik pengambilan sampel secara sistematis dengan menggunakan interval tertentu dari setiap sampel yang terpilih.

3. *Stratified random sampling*

Stratified random sampling merupakan teknik pengambilan sampel dengan cara membagi suatu populasi kedalam kelompok-kelompok sejenis kemudian mengambil sampel secara acak di setiap kelompok yang telah dibagi. Teknik pengambilan sampel ini dilakukan jika populasinya heterogen (tidak sejenis).

4. *Cluster sampling*

Cluster sampling merupakan teknik pengambilan sampel dari setiap sampel unit terdiri dari satu kelompok. Setiap item yang terpilih di dalam satu kelompok akan dijadikan sebagai sampel.

5. *Multi stage sampling*

Multi stage sampling merupakan teknik pengambilan sampel dimana proses pengambilannya dilakukan kedalam beberapa tahapan. Proses pengambilan sampel biasa dilakukan secara bertingkat, bisa bertingkat dua bahkan lebih.

Non-probability sampling merupakan teknik pengambilan sampel yang didasarkan pada penilaian oleh peneliti, sehingga setiap elemen tidak memiliki peluang yang sama untuk dijadikan elemen dalam penelitian. Dalam *non-probability sampling* terbagi menjadi 4 jenis, yaitu:

1. *Convenience sampling*

Convenience sampling merupakan teknik pengambilan sampel yang didasarkan pada kenyamanan dan kemudahan peneliti dalam mengambil sampel. Biasanya sampel diambil pada waktu dan tempat dimana peneliti berada.

2. *Judgemental sampling*

Judgemental sampling merupakan salah satu jenis dari *convenience sampling* dimana teknik pengambilan sampel didasarkan pada penilaian peneliti.

3. *Quota sampling*

Quota sampling merupakan teknik pengambilan sampel dari suatu populasi tertentu sesuai klasifikasi hingga mencapai target pengambilan sampel yang telah ditentukan.

4. *Snowball sampling*

Snowball sampling merupakan teknik pengambilan sampel yang mengandalkan referensi dari setiap responden yang telah mengisi survei kita dan memiliki karakteristik yang sesuai dengan penelitian yang sedang dilakukan.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan *non-probability sampling* karena tidak semua orang dapat dijadikan sampel dalam penelitian ini. Peneliti menggunakan metode *judgemental sampling* dengan peneliti menggunakan beberapa kriteria dan penilaian terhadap sampel yang akan peneliti ambil. Adapun kriteria yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Pria dan wanita

Dalam penelitian ini, yang menjadi sampel adalah seorang pria dan wanita yang sedang menjalankan studi sarjana di Universitas sekitar Tangerang Selatan.

2. Sedang berkuliah di universitas sekitar Tangerang Selatan

Dalam penelitian ini, yang menjadi sampel adalah seseorang yang menjalankan studi sarjana di Universitas sekitar Tangerang Selatan, seperti Universitas Multimedia Nusantara, Universitas Prasetya Mulya, Universitas Pelita Harapan dan Universitas Bina Nusantara.

3.4.5 Menentukan *Sampling Size*

Menurut Malhotra et al (2017), *sampling size* merupakan banyaknya elemen yang akan digunakan dalam penelitian. Menurut Hair et al (2014) jumlah minimum elemen yang digunakan dalam penelitian adalah lima pengukuran terhadap setiap variabel yang dianalisis. Dalam penelitian ini, ada 5 variabel yang diteliti dengan jumlah sebanyak 24 pertanyaan, maka jumlah sampel minimum dalam penelitian ini sebanyak 24×5 , yaitu 120 responden.

3.5 Prosedur Penelitian

3.5.1 Periode Penelitian

Penulis melakukan penelitian ini selama empat bulan dimulai dari membuat rumusan permasalahan yang akan diteliti, mengumpulkan data, mengelola data dan membuat kesimpulan dan saran dari hasil penelitian yang dilakukan. Penelitian ini mulai dikerjakan dari bulan September sampai Desember 2021 serta penyebaran kuesioner mulai dilakukan dari tanggal 18 November 2021 – 8 Desember 2021.

3.5.2 Pengumpulan Data

Penulis mengumpulkan *primary data* dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden yang memenuhi kriteria, dimana kuesioner disebar secara *online* melalui Google Form dengan link <https://forms.gle/tpnjySu9cCScKHHM8>. Penulis juga mengumpulkan *secondary data* dengan mencari jurnal penelitian sebelumnya, artikel serta buku-buku lainnya.

3.5.3 Proses Penelitian

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

1. Mencari jurnal utama yang digunakan sebagai acuan dalam melakukan penelitian ini.
2. Mencari dan mengumpulkan data primer melalui survei *online* dan data sekunder melalui jurnal penelitian terdahulu, artikel, buku dan sebagainya.
3. Menentukan *research method* yang akan digunakan peneliti sebagai dasar untuk membuat pertanyaan-pertanyaan survei yang kemudian akan disebarkan kepada responden.

4. Menyebarkan survei secara *online* menggunakan Google Form dan mengumpulkan 35 responden untuk melakukan *pre-test* menggunakan aplikasi IBM SPSS. *Pre-test* dilakukan untuk menilai dan menguji kelayakan setiap pertanyaan yang ada dalam survei dengan mengukur validitas dan reliabilitas setiap pertanyaan.
5. Setelah melakukan *pre-test*, penulis kemudian menyebarkan kuesioner kepada 120 responden untuk mendapatkan data-data *main-test* dalam penelitian ini.
6. Mengolah data dengan menggunakan aplikasi smart pls untuk menguji setiap hipotesis yang telah dibuat serta membuat kesimpulan dan saran untuk penelitian selanjutnya.

3.6 Variabel Penelitian

3.6.1 Variabel Independen

Variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi variabel lain. Dalam penelitian ini, yang menjadi variabel independen adalah *entrepreneurial passion* dan *subjective norms*.

3.6.2 Variabel Dependen

Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain. Dalam penelitian ini, yang menjadi variabel dependen adalah *attitudes toward entrepreneur*, *perceived behavioral control* dan *entrepreneurial intention*.

3.7 Operasional Variabel Penelitian

Tabel 3.1 Tabel Operasional Variabel Penelitian

No.	Variabel	Definisi Operasional	Kode	Measurement	Scaling Technique
1.	<i>Attitudes toward Entrepreneurship</i>	Linan and Chen (2006), menyatakan seorang individu akan melakukan penilaian apakah menjadi seorang <i>entrepreneur</i> merupakan pilihan yang memberikan efek yang positif bagi kehidupannya atau sebaliknya.	AE1	1. Menjadi seorang <i>entrepreneur</i> merupakan pilihan karir saya (Karimi, 2020).	7-point Likert
			AE2	2. Dari banyaknya pilihan karir yang ada, saya mantap memilih <i>entrepreneur</i> sebagai pilihan karir saya (Karimi, 2020).	
			AE 3	3. Menjadi seorang <i>entrepreneur</i> lebih banyak memberikan keuntungan dibandingkan kerugian (Karimi, 2020).	
2.	<i>Subjective Norms</i>	Ajzen (1991), menyatakan <i>subjective norms</i> sebagai kondisi lingkungan yang menerima atau menentang suatu perilaku yang dilakukan dan ditunjukkan oleh seorang individu.	SN1	1. Pilihan saya menjadi seorang <i>entrepreneur</i> mendapat dukungan dari keluarga saya (Shah & Soomro, 2017).	7-point Likert
			SN2	2. Pilihan saya menjadi seorang <i>entrepreneur</i> mendapat dukungan dari sahabat terdekat saya (Shah & Soomro, 2017).	
			SN3	3. Pilihan saya menjadi seorang <i>entrepreneur</i> mendapat dukungan dari lingkungan sekitar saya (Shah & Soomro, 2017).	

3.	<i>Perceived Behavioral Control</i>	Ajzen (1991), menyatakan <i>perceived behavioral control</i> sebagai sebuah persepsi yang dimiliki oleh seorang individu mengenai kemudahan dan kesulitan dalam menunjukkan suatu sikap yang diminatinya.	PBC1	1. Saya yakin terhadap kemampuan saya untuk menjalankan usaha saya secara maksimal (Zhang et al., 2019).	7-point Likert
			PBC2	2. Saya mampu terus mengembangkan ide dan melakukan inovasi terhadap produk atau jasa saya agar dapat mengikuti perkembangan jaman (Zhang et al., 2019).	
			PBC3	3. Saya yakin bisa bersaing dengan para wirausahawan lain yang ada di pasar (Zhang et al., 2019).	
4.	<i>Entrepreneurial Passion</i>	Cardon (2005) menyatakan <i>entrepreneurial passion</i> merupakan sebagai suatu kesadaran yang dapat diakses, perasaan positif yang dialami pada keterlibatan dalam aktivitas wirausaha terkait dengan peran yang berarti dan penting untuk identitas diri dalam kewirausahaan.	EP1	1. Saya dapat melihat peluang bisnis yang ada di pasar (Neneh, 2020).	7-point Likert
			EP2	2. Saya dapat menemukan solusi terhadap permasalahan yang ada di pasar (Neneh, 2020).	
			EP3	3. Saya berniat membuka bisnis yang belum pernah ada sebelumnya di pasar (Biraglia & Kadile, 2017).	
			EP4	4. Saya yakin bisa meyakinkan orang lain untuk berinvestasi pada bisnis yang saya jalankan (Biraglia & Kadile, 2017).	
			EP5	5. Saya yakin bisa mencari team untuk mengembangkan bisnis yang saya jalankan (Biraglia & Kadile, 2017).	
5.	<i>Entrepreneurial Intention</i>	Krithika & Venkatachalam (2014), menyatakan bahwa niat kewirausahaan merupakan suatu	EI1	1. Saya memiliki ide bisnis yang berasal dari diri saya sendiri (Eyel & Vatansever Durmaz, 2019).	7-point Likert

	keinginan yang dimiliki seorang individu untuk melakukan tindakan wirausaha dengan menciptakan produk baru melalui peluang pasar yang ditemukan dan berani mengambil segala resiko yang ada.	EI2	2. Saya melakukan survei lapangan sebelum memulai bisnis saya (Eyel & Vatansever Durmaz, 2019).
		EI3	3. Saya memiliki perencanaan jangka panjang terhadap bisnis saya (Eyel & Vatansever Durmaz, 2019).
		EI4	4. Saya memiliki banyak cara untuk mempromosikan bisnis saya (Eyel & Vatansever Durmaz, 2019).
		EI5	5. Produk yang saya tawarkan berbeda dengan produk kompetitor lainnya (Liñán et al., 2013).
		EI6	6. Menurut saya kegagalan adalah awal dari kesuksesan (Liñán et al., 2013).
		EI7	7. Kegagalan dalam menjalankan bisnis memotivasi saya untuk terus maju (Liñán et al., 2013).
		EI8	8. Saya berani mengambil resiko untuk merealisasikan ide saya (Liñán et al., 2013).

3.8 Pengolahan Analisis Data

3.8.1 Pre-Test

Pre-test merupakan sebuah survei yang dilakukan dengan sampel yang lebih sedikit sebelum melakukan survei dengan sampel yang lebih banyak. *Pre-test* dilakukan untuk menguji kelayakan survei yang dilakukan sehingga data yang didapatkan konsisten dan dapat diandalkan. Dalam penelitian ini, penulis mengumpulkan 35 responden mahasiswa yang berkuliah di Tangerang Selatan secara *online* dengan menggunakan Google Form.

3.8.1.1 Uji Validitas

Menurut Ghozali (2009) dalam Wahyuni (2014) menyatakan bahwa uji validitas merupakan instrumen yang digunakan untuk mengukur dan menilai suatu kuesioner untuk mengetahui valid atau tidak valid kuesioner tersebut. Suatu kuesioner akan dinyatakan valid jika setiap pertanyaan dalam kuesioner dapat mengungkapkan suatu hal yang diukur. Pengukuran yang valid bisa dilihat dari syarat berikut:

Tabel 3.2 Tabel Pengukuran Uji Validitas

No.	Ukuran Validitas	Definisi	Nilai yang disyaratkan
1.	<i>Kaiser Meyer Olkin Measure of Sampling (KMO)</i>	Menurut Malhotra et al (2017), KMO merupakan alat pengukuran untuk mengukur sampling adequacy yang bertujuan untuk menilai kesesuaian faktor yang dianalisis.	Jika nilai KMO > 0,5 maka pengukuran dinyatakan VALID. Jika nilai KMO < 0,5 maka pengukuran dinyatakan TIDAK VALID.
2.	<i>Anti-image Correlation Matrics</i>	Menurut Malhotra et al (2017), <i>anti-image correlation matrics</i>	Jika nilai MSA > 0,5 maka pengukuran dinyatakan VALID.

		merupakan alat pengukuran yang digunakan untuk menyaring setiap variabel yang digunakan untuk menilai apakah variabel tersebut telah memenuhi syarat yang telah ditentukan.	Jika nilai MSA < 0,5 maka pengukuran dinyatakan TIDAK VALID.
3.	Factor Loading of Component Matrix	Menurut Malhotra et al (2017), <i>component matrix</i> merupakan alat pengukuran untuk menilai suatu korelasi sederhana antara variabel dan faktor yang ada.	Jika nilai <i>component matrix</i> > 0,5 maka pengukuran dinyatakan VALID. Jika nilai <i>component matrix</i> < 0,5 maka pengukuran dinyatakan TIDAK VALID.
4.	Bartlett's Test of Sphericity	Menurut Malhotra et al (2017), <i>bartlett's test of sphericity</i> merupakan alat pengukuran yang digunakan untuk mengukur serta menguji suatu hipotesis dan memberikan pernyataan mengenai variabel yang tidak berkorelasi terhadap suatu populasi.	Jika nilai uji data tersebut signifikan < 0,05 maka terdapat hubungan yang signifikan antara variabel.

3.8.1.2 Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2009) dalam Wahyuni (2014) menyatakan bahwa uji reliabilitas merupakan instrumen yang digunakan untuk mengukur dan menilai suatu kuesioner yang merupakan suatu indikator dari suatu konstruk. Suatu kuesioner dinyatakan reliabel jika jawaban dari setiap responden terhadap pernyataan survei konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengukuran dalam uji reliabilitas menggunakan rumus *alpha cronbach* dikarenakan instrumen dalam

penelitian ini berbentuk angket dan skala bertingkat (*7-point likert*). Tingkat reliabel suatu pengukuran bisa dimaknai dengan penjelasan sebagai berikut:

- Jika nilai *alpha* bernilai 0,70 – 0,90 maka pengukuran dinyatakan memiliki reliabilitas tinggi.
- Jika nilai *alpha* bernilai 0,50 – 0,70 maka pengukuran dinyatakan memiliki reliabilitas sedang.
- Jika nilai *alpha* bernilai kurang dari 0,50 maka pengukuran dinyatakan memiliki reliabilitas rendah atau tidak reliabel.

3.9 Analisis Data Menggunakan *Structural Equation Modeling*

Structural Equation Modeling (SEM) merupakan teknik statistik multivariat yang mengkombinasikan analisis setiap faktor yang ada dengan analisis regresi (korelasi), dimana SEM bertujuan untuk menguji hubungan setiap variabel yang ada pada suatu model penelitian, baik itu hubungan antara indikator dengan konstraknya maupun hubungan antar konstruk yang ada (Carrasco, 2010). Model penelitian yang menggunakan SEM, memungkinkan seorang peneliti dapat menjawab setiap pertanyaan penelitian yang bersifat regresif maupun dimensional. Analisis dalam SEM meliputi beberapa langkah yang sangat kompleks dimulai dari pemeriksaan data yang didapatkan, mengembangkan model penelitian, memberikan penilaian *fit model* serta memberikan interpretasi pada hasil analisis. Isi dalam sebuah model SEM antara lain sebagai berikut:

1. Variabel laten (*unobserved variable*) dan variabel manifest (*observed variable*).
2. Variabel laten eksogen dan variabel laten endogen.

3. Kecocokan model penelitian, model pengukuran serta model struktural.
4. Kesalahan dalam model pengukuran serta dalam model struktural.

3.9.1 Variabel Dalam SEM

Dalam sebuah model SEM berisi variabel laten dan variabel manifest. Jika dalam model SEM terdapat variabel laten sudah pasti terdapat variabel manifest dalam model SEM tersebut.

1. Variabel Laten

Variabel laten disebut juga dengan *unobserved variabel* yaitu suatu variabel yang tidak dapat diukur secara langsung oleh peneliti, kecuali pengukuran dilakukan dengan satu atau lebih variabel manifest. Variabel laten dalam model SEM digambarkan dengan ikon lingkaran atau oval.

Variabel laten juga dibedakan menjadi dua jenis, yaitu:

- a.) Variabel Eksogen, disebut juga sebagai variabel independen yaitu variabel yang mempengaruhi variabel lain dalam suatu model penelitian. Dalam model SEM, variabel eksogen ditunjukkan dengan anak panah yang keluar menuju ke variabel endogen. Dalam bentuk garis, variabel eksogen digambarkan dengan ikon (\rightarrow).
- b.) Variabel Endogen, disebut juga sebagai variabel dependen yaitu variabel yang dipengaruhi oleh variabel *independent* baik secara langsung maupun secara tidak langsung. Dalam model SEM, variabel endogen ditunjukkan dengan anak panah yang menuju ke variabel endogen. Dalam bentuk garis, variabel endogen digambarkan dengan ikon ($\leftarrow\rightarrow$).

2. Variabel *Manifest*

Variabel *manifest* merupakan variabel yang berfungsi untuk menjelaskan serta mengukur variabel laten dalam model penelitian. Variabel *manifest* disebut juga dengan *observed variabel*, *measured variabel* atau *indicator* dimana data dalam variabel ini harus dicari oleh peneliti dilapangan, misalnya dengan melakukan survei. Variabel *manifest* dalam model SEM digambarkan dengan ikon kotak.

3.9.2 Proses dalam *Structural Equation Modeling*

Menurut Hair et al (2015) terdapat 6 proses dalam analisis pada SEM untuk mengetahui apakah model penelitian dalam SEM tersebut valid atau tidak valid.

Tahapan dalam *structural equation modeling* antara lain sebagai berikut:

1. *Specifying the Structural Model*

Dalam merancang model struktural, peneliti harus memahami jenis konstruk yang akan dilakukan pengujian, hal ini dilakukan untuk mengetahui apakah penelitian yang dilakukan ini melakukan pengujian konstruk unidimensional atau pengujian konstruk multidimensional. Konstruk unidimensional merupakan konstruk yang terbentuk dari indikator secara reflektif maupun secara formatif. Sedangkan konstruk multidimensional merupakan konstruk yang terbentuk dari konstruk laten dan membentuk konstruk laten dimensi.

2. *Specifying the Measurement Models*

Model PLS-SEM memiliki dua model pengukuran, yaitu *inner model* dan *outer model*. *Inner model* digunakan untuk menentukan hubungan antar variabel laten eksogen dan variabel laten endogen. Sedangkan *outer model*

digunakan untuk menentukan hubungan antar variabel laten dengan indikator penelitian yang sedang diamati (*manifest variable*).

3. *Data Collection and Examination*

i) *Missing Data* (Data Hilang)

Saat melakukan survei, ada kemungkinan terjadi permasalahan pada data seperti hilang data. Hilang data bisa terjadi ketika responden dalam penelitian secara sengaja atau tidak sengaja tidak menjawab satu atau lebih pertanyaan dalam penelitian. Jika jumlah data yang hilang lebih dari 15% biasanya data dihapus dalam file data. Dalam model PLS-SEM, menawarkan 2 solusi untuk data yang hilang, yaitu:

(1) Mengganti nilai yang hilang dari variabel indikator dengan nilai rata-rata yang valid dari indikator tersebut. Solusi ini merupakan cara yang sangat mudah untuk diterapkan, namun penggantian nilai dapat mengurangi validitas data serta dapat mengurangi kemungkinan untuk menemukan suatu hubungan yang kuat. Solusi ini disarankan jika nilai rata-rata data yang hilang kurang dari 5% dari setiap indikator.

(2) Menghapus seluruh data yang nilai-nilainya hilang dalam salah satu indikator dalam model penelitian.

ii) *Suspicious Response Patterns* (Pola Respon)

Sebelum masuk kedalam proses pengolahan dan analisis sebuah data, peneliti harus memeriksa pola respon setiap responden dalam survei yang dilakukan. Hal ini untuk melihat apakah ada pola respon yang tidak

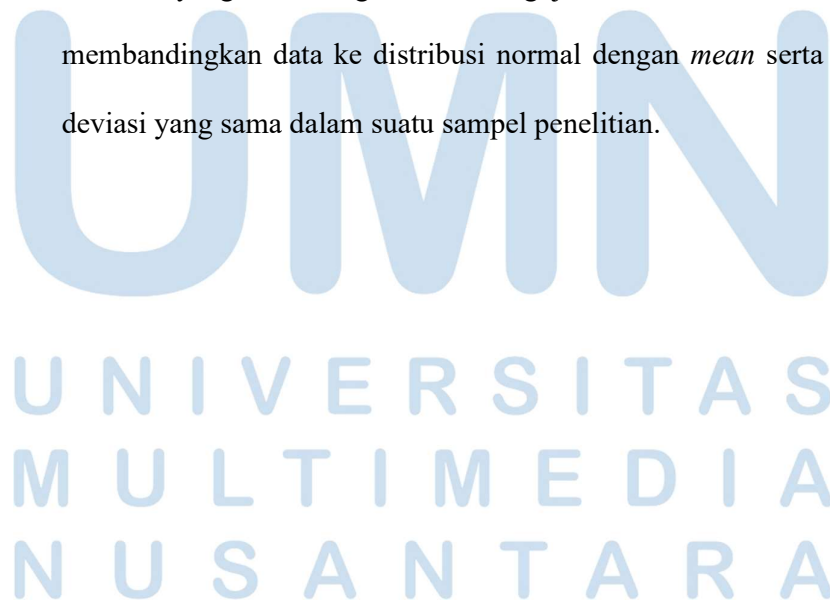
wajar seperti pola respon garis lurus. Pola respon garis lurus terjadi jika responden memberikan jawaban yang sama dalam suatu proporsi pertanyaan kuesioner. Jika terjadi pola respon garis lurus yang terlalu banyak, maka data tersebut dihapus dari data yang akan diolah dan dianalisis.

iii) *Outliers*

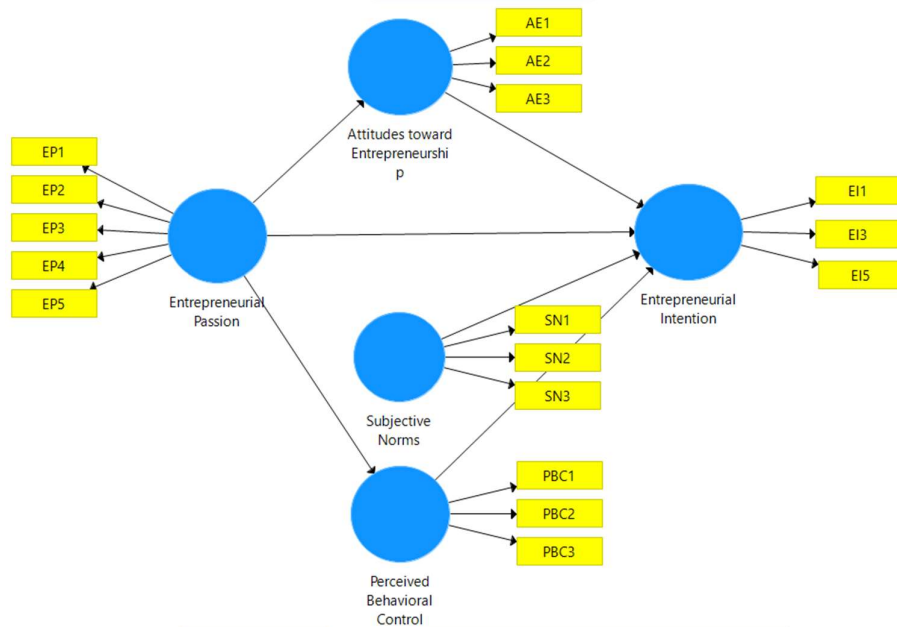
Outliers merupakan respon terhadap suatu pertanyaan tertentu dalam kuesioner secara ekstrem atau respon ekstrem terhadap seluruh pertanyaan dalam kuesioner. Jika terdapat *outliers* dalam kumpulan data, pendekatan yang sering dilakukan adalah menghapus data tersebut dalam kumpulan data.

iv) *Data Distribution* (Distribusi Data)

Kolmogorov-Smirnov Test dan *Shapiro-Wilks Test* merupakan salah satu tes yang dirancang untuk menguji normalitas suatu data dan membandingkan data ke distribusi normal dengan *mean* serta standar deviasi yang sama dalam suatu sampel penelitian.



4. Model Estimation and the PLS-SEM Algorithm



Gambar 3.5 Path Diagram

Sumber: Hasil Olah Data Penulis, 2021

5. Assessing Results of Reflective and Formative Measurement

Dalam model pengukuran *outer model* terdapat 2 evaluasi model, yaitu evaluasi model reflektif dan formatif. Dengan penjelasan sebagai berikut:

i) Evaluasi Model Pengukuran Reflektif

Tabel 3.3 Tabel Pengukuran Reflektif

Validity & Reliability	Parameters	Rule of Thumb
Convergent Validity	<i>Indicator's Outer Loadings</i>	> 0,7
	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	> 0,5
Discriminant Validity	<i>Cross Loading</i>	Nilai <i>cross loading</i> pada suatu konstruk > daripada nilai <i>cross loading</i> pada konstruk lainnya
	AVE dan nilai setiap indikator	Akar kuadrat AVE > korelasi antar konstruk laten lainnya
Internal Consistency Reliability	<i>Cronbach's Alpha</i>	> 0,7
	<i>Composite Reliability</i>	> 0,7

6. *Assessing PLS-SEM Structural Model Results*

Tabel 3.4 Tabel Structural Model Results

<i>Criterion</i>	<i>Rule of Thumb</i>
<i>R-Square</i>	Nilai <i>R-Square</i> = 0,75 (model penelitian kuat)
	Nilai <i>R-Square</i> = 0,50 (model penelitian moderate)
	Nilai <i>R-Square</i> = 0,25 (model penelitian lemah)
<i>Effect Size f^2</i>	Nilai f^2 = 0,02 (kecil)
	Nilai f^2 = 0,15 (menengah)
	Nilai f^2 = 0,35 (besar)
<i>Q^2 Predictive Relevance</i>	Nilai $Q^2 > 0$, maka model penelitian mempunyai <i>predictive relevance</i>
	Nilai $Q^2 < 0$, maka model penelitian tidak mempunyai <i>predictive relevance</i>
<i>q^2 Predictive Relevance</i>	Nilai q^2 = 0,02 (lemah)
	Nilai q^2 = 0,15 (moderate)
	Nilai q^2 = 0,35 (kuat)
<i>Significance</i>	Nilai <i>t-value</i> 1,65 = 10%
	Nilai <i>t-value</i> 1,96 = 5%
	Nilai <i>t-value</i> 2,58 = 1%

Langkah selanjutnya adalah membuat analisis lanjutan, melakukan interpretasi serta menarik kesimpulan penelitian berdasarkan hasil olah data dan analisis data menggunakan PLS-SEM.

3.9.3 Measurement Model (Outer Model) dan Structural Model (Inner Model)

Dalam penggunaan SEM, hal pertama yang harus diperhatikan oleh peneliti adalah merancang dan membangun model penelitian untuk dapat menguji hipotesis yang dibangun dengan teori yang sudah ada. Menurut Malhotra et al (2017), terdapat dua model penelitian dalam SEM, yaitu:

1. *Measurement Model*

Measurement model adalah model yang menggambarkan hubungan antara variabel laten dengan indikator lainnya dalam model SEM.

Menurut Joseph F. Hair et al (2015) evaluasi terhadap *outer model* dilakukan dengan cara sebagai berikut:

i) *Internal Consistency Reliability*

Salah satu kriteria dalam evaluasi ini adalah dengan menggunakan rumus *Cronbach's Alpha*. Dimana rumus dari *Cronbach's Alpha* adalah sebagai berikut:

$$\text{Cronbach's } \alpha = \left(\frac{M}{M-1} \right) \left(1 - \frac{\sum_{i=1}^M S_i^2}{S_t^2} \right)$$

Dalam rumus ini, S_i^2 mewakili varian dari setiap variabel dalam setiap indikator penelitian. i mewakili suatu konstruk penelitian dan diukur dengan indikator M serta S_t^2 mewakili varians dari jumlah seluruh indikator M dalam suatu konstruk penelitian.

Suatu penelitian akan dinyatakan reliabel jika nilai yang dihasilkan dari *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,7.

ii) *Convergent Validity*

Convergent validity merupakan evaluasi untuk mengukur sejauh mana suatu pengukuran memiliki korelasi yang positif dengan langkah-langkah alternatif dari setiap konstruk yang sama dalam suatu penelitian. Salah satu kriteria dalam evaluasi ini adalah dengan

menggunakan rumus *Average Variance Extracted* (AVE), dimana rumus AVE adalah sebagai berikut:

$$AVE = \left(\frac{\sum_{i=1}^M l_i^2}{M} \right).$$

Suatu penelitian akan dinyatakan valid jika nilai yang dihasilkan dari AVE lebih dari 0,5.

iii) *Discriminant Validity*

Discriminant validity merupakan evaluasi untuk mengukur sejauh mana suatu konstruk memiliki perbedaan dengan konstruk yang lain dengan menggunakan standar empiris yang ada. Dalam evaluasi ini terdapat dua pengukuran, yaitu *cross-loadings* dan *Fornell-Larcker criterion*. *Cross-loadings* merupakan pendekatan pertama yang digunakan untuk menilai validitas suatu indikator diskriminan. *Fornell-Larcker criterion* merupakan pendekatan kedua yang digunakan untuk menilai validitas indikator diskriminan. Suatu penelitian akan dinyatakan valid jika nilai AVE yang dihasilkan lebih besar dari konstruk lainnya.

2. *Structural Model (Inner Measurement Model)*

Structural model adalah model yang menggambarkan hubungan antar variabel laten atau hubungan antara variabel eksogen dan variabel endogen.

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