

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

3.1.1 Universitas multimedia nusantara

Universitas Multimedia Nusantara (UMN) adalah universitas yang diresmikan pada tanggal 20 november 2006 yang didirikan oleh Kompas Gramedia. Fokus Pendidikan UMN yaitu mengembangkan sumber daya manusia ke era ICT untuk dapat mempersiapkan mahasiswa masuk dalam ke jenjang karir. Pada 12 desember 2013 terbentuklah Skystar Venture, yang dimana berfungsi sebagai inkubator bisnis untuk para mahasiswa demi melahirkan *entrepreneur* di bidang teknologi. Pada tahun 2016 Skystar Venture dinobatkan sebagai inkubator bisnis terbaik kategori pendamping dan pembinaan terhadap tenant dari Kemenristekdikti dalam ajang **Indonesia Innovation & Innovator Expo (I3E) 2016** (Universitas Multimedia Nusantara, 2021).

UMN memiliki program studi manajemen dengan lima peminatan yaitu *Entrepreneurship, Marketing Management, Financial Management, Human Capital Management* dan *Operation Management*. Peminatan Business (*Entrepreneurship*) didesain untuk menyiapkan mahasiswa menjadi *entrepreneur* dengan memanfaatkan kemajuan *Information and Communication Technology*, memiliki jiwa kreatif yang tinggi, memiliki

kemampuan melihat peluang dan melakukan analisis pasar serta menjalankan bisnis (Universitas Multimedia Nusantara, 2021)

Tabel 3.1 Tabel Data Lulusan Universitas Multimedia Nusantara

NO	Semester Lulus	Jumlah Wiraswasta
1	Ganjil 2017	24
2	Genap 2017	38
3	Ganjil 2018	19
4	Genap 2018	35
5	Ganjil 2019	20
6	Genap 2019	38
7	Ganjil 2020	53
8	Genap 2020	100
9	Ganjil 2021	31
	Total	358

Sumber: Data Universitas Multimedia Nusantara. (2021)

Mahasiswa akan mempelajari mulai dari pengembangan ide bisnis dengan cara mengidentifikasi peluang yang ada, melakukan riset pasar, melakukan analisis pesaing, validasi ide, pengembangan ide, mengatasi hambatan, melakukan pitching ide bisnis sampai dengan memulai bisnis. Mahasiswa juga akan mempelajari karakteristik kesuksesan dari bisnis keluarga sehingga dapat dikembangkan menjadi lebih professional (Universitas Multimedia Nusantara, 2021). Pada tabel 3.1 menunjukkan

Lulusan Universitas Multimedia nusantara yang telah menjadi entrepreneur atau wiraswasta terhitung sejumlah 358 mahasiswa yang telah lulus.



Sumber: (Universitas Multimedia Nusantara, 2019)

Gambar 3.1 Logo UMN



Sumber: (Universitas Multimedia Nusantara, 2019)

Gambar 3.2 Gedung UMN



Sumber: (Universitas Multimedia Nusantara, 2019)

Gambar 3.3 Skystar Venture UMN



Sumber: (Universitas Multimedia Nusantara, 2019)

Gambar 3.4 Galeri Investasi UMN

3.2 Desain Penelitian

Desain penelitian dapat didefinisikan sebagai rencana atau kerangka dalam membuat sebuah proyek penelitian. Desain penelitian juga memberi rincian dari tahap-tahap atau prosedur dalam mendapatkan informasi yang dibutuhkan untuk menyusun atau menyelesaikan masalah yang berhubungan dengan riset pemasaran. (Malhotra, Nunan, & Birks, 2017).

3.2.1 Jenis penelitian

Menurut Malhotra, Nunan, & Birks (2017) dalam bukunya 2 rancangan penelitian yang bisa digunakan dalam melakukan suatu penelitian yaitu:

1. *Exploratory Research*

Merupakan penelitian yang memiliki tujuan untuk memberikan pemahaman atau wawasan mengenai masalah yang sedang dihadapi peneliti.

2. *Conclusive Research Design*

Merupakan penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan suatu masalah tertentu, serta untuk menguji hubungan antar hipotesis dalam Penelitian ini dan juga memerlukan informasi yang jelas dari suatu fenomena yang diuji. *Conclusive Research* terbagi menjadi 2 yaitu:

- a. *Descriptive Research* yang memiliki tujuan mendeskripsikan sesuatu yang biasanya mengenai karakteristik atau fungsi pasar.
- b. *Casual Research* yang memiliki tujuan untuk membuktikan dan mencari hubungan sebab akibat antar variabel. Jenis penelitian ini biasanya menggunakan metode eksperimen.

Penelitian ini merupakan conclusive research dengan descriptive research design dimana tujuan peneliti dilakukan untuk menjelaskan pengaruh dari *perceived entrepreneurship desirability*, *perceived entrepreneurship feasibility*, dan *entrepreneurship self-confidence* terhadap *Intention Entrepreneurial* di kalangan mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara dengan metode survei. Metode survei dilaksanakan dengan menyebarkan kuesioner kepada para responden (*sampel* dari populasi). Bentuk survei yang digunakan peneliti berbentuk kuesioner online dan mengukur jawaban responden berbentuk 5 skala *likert*.

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

3.3.1 Populasi

Populasi adalah keseluruhan objek penelitian yang terdiri dari manusia, benda-benda, hewan, tumbuh-tumbuhan, gejala-gejala, nilai tes, atau peristiwa-peristiwa sebagai sumber data yang memiliki karakteristik tertentu di dalam suatu penelitian. (Hardani, Sukmana, Andriani, & Fardani, 2020)

Populasi dalam setiap penelitian harus disebutkan secara tersurat yaitu dengan besarnya anggota populasi serta wilayah penelitian yang menjadi cakupan. Tujuan diadakannya populasi ialah agar kita dapat menentukan besarnya anggota sampel yang diambil dari anggota populasi dan membatasi berlakunya daerah generalisasi (Hardani, Sukmana, Andriani, & Fardani, 2020). Pada Penelitian ini, target Populasi yang dimaksud merupakan Mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah sebagian anggota populasi yang diambil dengan menggunakan teknik pengambilan sampling (Hardani, Sukmana, Andriani, & Fardani, 2020).

Sampel harus benar-benar bisa mencerminkan keadaan populasi, artinya kesimpulan hasil penelitian yang diangkat dari sampel harus merupakan kesimpulan atas populasi (Hardani, Sukmana, Andriani, & Fardani, 2020).

1. Teknik Sampling

Terdapat dua macam teknik sampling yaitu *probability* dan *non-probability sampling*. *Probability sampling* adalah teknik sampling yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Ada beberapa teknik dari *probability sampling* sebagai berikut: (Hardani, Sukmana, Andriani, & Fardani, 2020)

1. *Simple Random Sampling*

Ciri utama sampling ini adalah setiap unsur dari keseluruhan populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih. Hal ini berarti setiap unsur dipilih dengan bebas dari setiap unsur lainnya

2. *Proportionate Stratified Sampling*

Ciri utama sampling ini adalah apabila populasi heterogen atau berdiri atas kelompok-kelompok bertingkat secara proporsional serta penentuan tingkat berdasarkan karakteristik tertentu. Artinya, peneliti harus mengetahui bahwa dalam populasi ada strata, klas, lapisan, atau ras, misalnya ada kelas pegawai negeri, mahasiswa, dan petani.

3. *Disproportionate stratified random*

Ciri utama dari teknik sampling ini adalah apabila populasi berstrata atau bertingkat tetapi kurang proporsional.

4. *Cluster Sampling*

Ciri utama *sampling* ini adalah apabila populasi terbesar dalam beberapa daerah, propinsi, kabupaten, kecamatan dan seterusnya

Sedangkan *Non-probability sampling* adalah teknik yang tidak memberi peluang kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Hardani, Sukmana, Andriani, & Fardani, 2020).

Menurut Malhorta, Nunan dan Birks (2017) mengklasifikasi empat teknik sampling *non-probability sampling* yaitu:

1 *Convenience Sampling*

Ciri teknik sampling ini biasanya sampel dipilih oleh peneliti karena berada pada waktu dan tempat tertentu

2 *Judgemental Sampling*

Teknik ini dilakukan dengan memilih populasi yang berdasarkan dari peneliti karena mereka dinilai mampu menggambarkan populasi tersebut.

3 *Quota Sampling*

Teknik ini dilakukan dengan dua tahapan utama. Tahap pertama adalah memilih karakteristik tertentu dan kuota dari masing-masing karakteristik tersebut. Kemudian memilih sampel berdasarkan teknik convenience atau judgemental

4 *Snowball Sampling*

Ciri khas teknik ini dilakukan dengan mengandalkan referensi dari responden yang memiliki karakteristik sesuai dalam penelitian.

Penelitian ini menggunakan *non-probability sampling* yang berarti tidak memberi peluang kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau sampel pada penelitian ini. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan *judgemental sampling* karena peneliti memiliki beberapa

kriteria tertentu yang telah dibuat sebagai sampel. Adapun kriteria yang digunakan pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Merupakan Mahasiswa aktif di Universitas Multimedia Nusantara
2. Menjalankan Pendidikan Strata -1
3. Pernah mendapatkan mata kuliah *Entrepreneurship* (Kewirausahaan)

2. *Sampling Size*

Menurut Hardani, Sukmana, Andriani, & Fardani (2020) dalam buku Ukuran sampel (*sample size*) adalah banyaknya individu, subyek atau elemen dari populasi yang diambil sebagai sampel. Merujuk pada Hair, Black, Babin, dan Anderson (2014) *sample size minimum* adalah setidaknya 5 pengukuran per variabel yang akan dianalisis dan tidak lebih kecil dari 50 observasi.

Berdasarkan rujukan pernyataan Hair dkk (2014) peneliti menggunakan *sampling size minimum* 5 pengukuran per variabel sehingga dapat diasumsikan sebagai $n \times 5$ observasi, oleh karena itu dalam jumlah indikator 24, maka jumlah sampel minimum yang dapat digunakan dalam penelitian ini sebanyak 24×5 , yaitu 120 responden.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Malhotra, Nunan, & Birks (2017) sumber pengumpulan data ada dua yaitu:

1. *Primary Data*

Merupakan data yang didapatkan langsung oleh peneliti untuk kebutuhan penelitian tersebut (Malhotra, Nunan, & Birks, 2017). Pada penelitian ini, peneliti melakukan survei untuk mendapatkan data primer. Survei tersebut dilakukan dengan menyebarkan kuesioner untuk target responden yang berisi serangkaian pertanyaan dan pernyataan terstruktur secara tertulis

2. *Secondary Data*

Data yang dikumpulkan oleh pihak lain yang memiliki beberapa tujuan tidak hanya untuk menyelesaikan permasalahan penelitian (Malhotra, Nunan, & Birks, 2017). Pada Penelitian ini, peneliti juga menggunakan data sekunder yang berasal dari jurnal referensi, artikel, statistic, serta buku teori yang mengenai ilmu pengetahuan sebagai data pendukung.

Berdasarkan hal tersebut, peneliti telah menggunakan kedua data baik primer dan sekunder untuk menjalankan kegiatan penelitian ini. Peneliti menggunakan data primer dengan cara menyebarkan kuesioner secara online melalui *google form* untuk mendapatkan data secara *rill time* dan sesuai dengan jawaban dari masing-masing responden. Dalam penerapan data sekunder guna menjadi data pendukung bagi peneliti untuk melakukan penelitian yang diambil dari artikel jurnal, website dan buku penulis maupun buku perkuliahan untuk membuat penelitian ini menjadi sistematis dan ilmiah serta membantu penyusunan kuesioner yang akan disebarakan kepada calon responden.

Pada penelitian ini teknik pengumpulan data yang data primer dengan menyebarkan kuesioner secara online melalui *google form* dan data sekunder didapatkan oleh peneliti melalui artikel, jurnal referensi, serta statistic yang digunakan sebagai pendukung penelitian.

3.5 Operasional Variabel

Pada Penelitian ini peneliti memiliki 4 variabel diantaranya adalah *Perceived Entrepreneur Desirability*, *Perceived Entrepreneur Feasibility*, *Self-Confidence* dan *Intention Entrepreneurial*. Dari setiap variabel tersebut dibutuhkan definisi operasional supaya indikator pengukuran menjadi tepat. Definisi tersebut disusun berdasarkan teori yang berasal dari jurnal terdahulu. Skala pengukuran yang dipakai likert scale 5 point. Seluruh variabel diukur dengan skala likert 1 sampai 5, dimana angka 1 menunjukkan responden tidak setuju dan angka 5 menunjukkan responden sangat setuju dengan pernyataan yang diberikan oleh peneliti.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Tabel 3.2 Operasional Penelitian

N o	Variabel	Definisi Operasional	Kode	Measurement	Scaling Technique
1	<i>Perceived Entrepreneurial Desirability</i>	Menurut Otache dkk (2021) Mendefinisikan PED sebagai tingkat daya tarik yang dirasakan individu terhadap pendirian bisnis. Ini adalah sejauh mana seseorang berpikir bahwa memiliki bisnis itu menarik.	PED1	Menjadi pengusaha memberikan lebih banyak keuntungan daripada kerugian bagi saya	1-5
			PED2	Berkarir pengusaha merupakan hal yang menarik bagi saya	1-5

			PED3	Saya ingin memulai bisnis saya sendiri jika saya memiliki kesempatan dan sumber daya,	1-5
			PED4	Saya akan merasa puas ketika dapat menjadi pengusaha	1-5
			PED5	Di antara banyak pilihan karir, saya lebih memilih untuk menjadi pengusaha	1-5
2		Menurut Otache dkk (2021) Perceived Entrepreneurship Feasibility mendefinisikan sejauh	PEF1	Saya pikir memulai bisnis hal yang mudah	1-5

	<i>Perceived Entrepreneurial Feasibility</i>	mana seorang individu merasa bahwa dia memiliki keterampilan dan sumber daya yang diperlukan untuk memulai bisnis.	PEF2	Saya akan sukses jika saya memulai bisnis saya sendiri	1-5
			PEF3	Saya memiliki pengetahuan yang cukup untuk memulai bisnis	1-5
			PEF4	Saya yakin dengan kemampuan saya untuk menjadi seorang pengusaha	1-5
3	<i>Entrepreneurial Self-Confidence</i>	Ho dan Koh (1992) dalam jurnal Ferreira dkk (2012) Kepercayaan diri adalah karakteristik kewirausahaan yang diperlukan dan kepercayaan	ESC1	Menurut saya memulai bisnis sendiri adalah peluang besar untuk sukses.	1-5

	<p>diri terkait dengan karakteristik psikologis lainnya.</p> <p>Studi empiris dalam literatur kewirausahaan telah menemukan bahwa wirausahawan memiliki kepercayaan diri yang lebih tinggi daripada non-pengusaha.</p>	ESC2	menurut saya, saya lebih suka berbisnis daripada bekerja daripada orang lain.	1-5
		ESC3	Menurut saya, saya dapat menjalankan bisnis kecil dengan sukses.	1-5
		ESC4	Menurut saya, menjadi pengusaha lebih menyenangkan daripada menjadi manajer menengah dengan organisasi yang lebih besar	1-5

			ESC5	Menurut saya, memiliki bisnis sendiri akan membantu saya menarik perhatian investor	1-5
			ESC6	Menurut saya, memiliki bisnis sendiri akan membantu saya dalam menentukan visi perusahaan	1-5
			ESC7	Menurut saya, memiliki bisnis sendiri akan membantu saya mengatasi	1-5

				tantangan yang tidak terduga	
			ESC8	Menurut saya, memiliki bisnis sendiri akan membantu saya dalam mengembangkan sumber daya manusia yang kritis	1-5
			ESC9	Menurut saya, memiliki bisnis sendiri akan membantu saya dalam membangun lingkungan karyawan yang inovatif.	1-5

4	<i>Intention Entrepreneurship</i>	Proses pembentukan dan pengambilan keputusan untuk membuat sebuah ide bisnis baru dikenal sebagai niat kewirausahaan. Ide dan sikap entrepreneur terhadap peluang-peluang kewirausahaan merupakan hasil pembentukan dari niat kewirausahaan yang terjadi sebelum pengusaha memulai bisnis barunya (Krueger, 1993)	IE1	Jika saya menjadi pengusaha, saya akan siap melakukan apapun	1-5
			IE2	Menurut saya, menjadi pengusaha itu merupakan tujuan profesional saya	1-5
			IE3	Jika saya sudah memulai dan menjalankan perusahaan saya sendiri, saya akan melakukan segala upaya untuk membuatnya berhasil	1-5

			IE4	Menurut Saya, saya memiliki tekad yang kuat untuk membuat perusahaan di masa depan	1-5
			IE5	Menurut Saya, saya sangat serius memikirkan untuk memulai sebuah perusahaan	1-5
			IE6	Menurut Saya, saya memiliki niat yang kuat untuk memulai sebuah perusahaan suatu hari nanti	1-5

Sumber: Olah Data Penulis, 2021

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Pre-Test

1. Uji Validitas *Pre-Test*

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan faktor analisis dalam mengolah data *pre-test* menggunakan SPSS versi 25 untuk mengetahui apakah suatu indikator dapat mewakili variabel. Suatu tingkat validitas yang terbaik mengindikasikan bahwa tidak ada kesalahan pengukuran yang digunakan setiap variabel (Malhotra, Nunan, & Birks, 2017). Measurement akan dinyatakan valid jika memenuhi syarat berikut ini:

Tabel 3.3 Ukuran Validitas Pre-Test

No	Ukuran Validitas	Definisi	Nilai yang Di-syaratkan
1	Kaiser MeyerOlkin (KMO) Measure of Sampling Adequacy	Merupakan sebuah indeks yang digunakan untuk mengukur sampling untuk menilai tingkat kewajaran dari analisis faktor (Malhotra, Nunan, & Birks, 2017)	Nilai KMO $\geq 0,5$ maka dinyatakan VALID, Sedangkan angka KMO $< 0,5$ maka dinyatakan TIDAK VALID.

No	Ukuran Validitas	Definisi	Nilai yang Disyaratkan
2	Anti-image Correlation Matrice	Indikator untuk melihat apakah measurement dari suatu variabel memiliki nilai negatif terhadap variabel lainnya	<p>Nilai MSA=1, menandakan bahwa variabel dapat diprediksi tanpa kesalahan oleh variabel lain.</p> <p>Nilai MSA ≥ 0.50, menandakan bahwa variabel masih dapat diprediksi dan dapat dianalisis lebih lanjut.</p> <p>Nilai MSA < 0.50, menandakan bahwa variabel tidak dapat dianalisis lebih lanjut (Malhotra, Nunan, & Birks, 2017)</p>
3	Factor loading of Component Matrix	Besaran korelasi suatu measurement dengan tujuan untuk menentukan validitas	Kriteria validitas suatu indikator dikatakan valid membentuk suatu

No	Ukuran Validitas	Definisi	Nilai yang Disyaratkan
		setiap indikator dalam menggabungkan setiap variabel.	faktor, jika memiliki factor loading sebesar 0,5 atau lebih
4	Barlett's Test of Sphericity	Uji ini digunakan untuk menguji suatu hipotesis bahwa variabel tidak memiliki korelasi dalam populasi.	Hasil uji nilai signifikan < 0,05 menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara variabelnya (Malhotra, Nunan, & Birks, 2017)

2. Uji Reliabilitas Pre-Test

Uji reliabilitas adalah suatu uji untuk mengukur seberapa tingkat konsistensi hasil dari measurement dari waktu ke waktu (Malhotra, Nunan, & Birks, 2017). Pada Hair dkk (2010) Measurement akan dikatakan reliabel jika *Cronbach's Alpha* $\geq 0,7$

3.6.2 Analisis Data Penelitian

Structural equation model adalah teknik *multivariate analysis* yang merupakan sebuah prosedur untuk memperkirakan hubungan ketergantungan antara serangkaian konsep atau konstruksi yang

mewakili beberapa variabel yang diukur (Malhotra, Nunan, & Birks, 2017).

Analisis multivariat melibatkan penerapan metode statistik yang secara bersamaan menganalisis banyak variabel. Variabel biasanya mewakili pengukuran yang terkait dengan individu, perusahaan, peristiwa, kegiatan, situasi, dan sebagainya. Pengukurannya dapat diperoleh dari survei atau pengamatan yang digunakan untuk mengumpulkan data primer, tetapi juga dapat diperoleh dari database yang terdiri dari data sekunder (Hair, Hult, Ringle, & Sarstedt, 2017).

Pada buku Hair dkk (2017) terdapat ada lima elemen penting yang ada pada analisis SEM yaitu

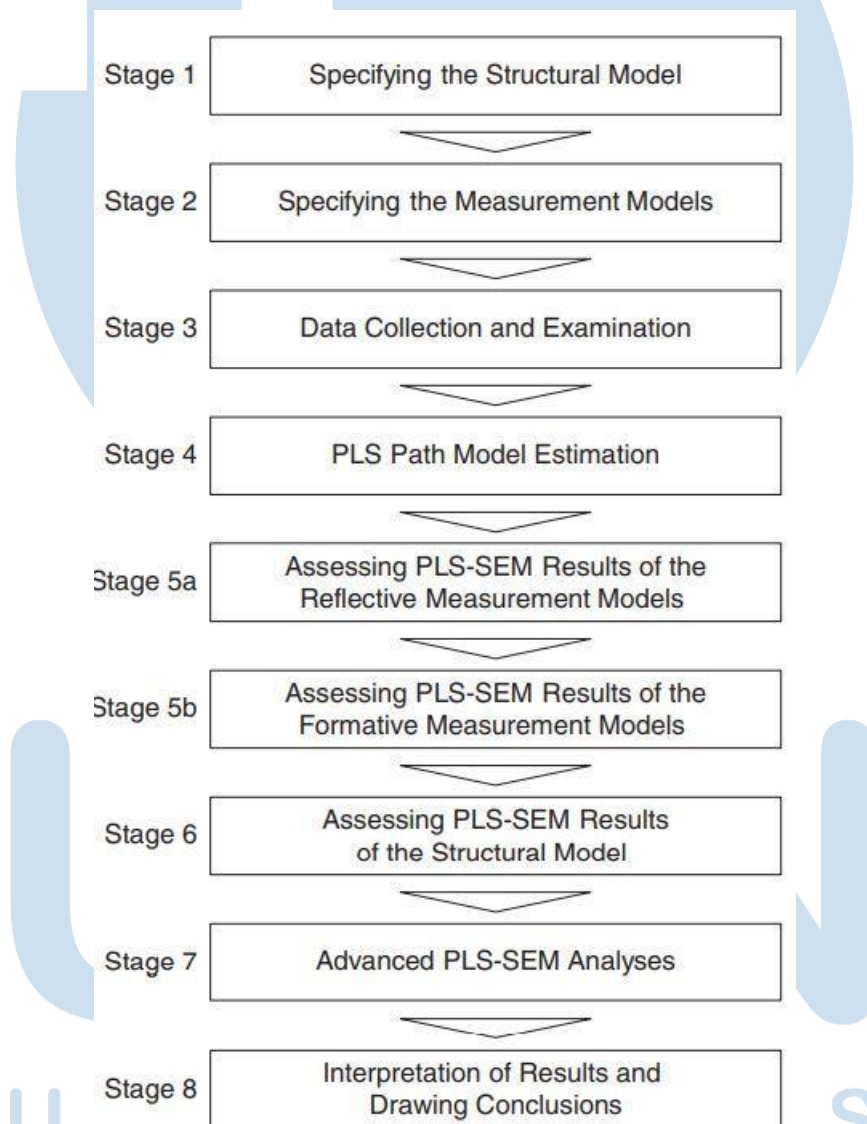
- (1) variabel komposit,
- (2) pengukuran,
- (3) skala pengukuran,
- (4) pengkodean, dan
- (5) distribusi data.

1. Tahapan PLS-SEM

PLS-SEM mampu memperkirakan model yang sangat kompleks. Misalnya, jika asumsi teoritis atau konseptual mendukung model besar dan data yang memadai tersedia (yaitu, memenuhi persyaratan ukuran sampel minimum), PLS-SEM dapat menangani model dengan hampir semua ukuran, termasuk model dengan lusinan

konstruksi dan ratusan variabel indikator (Hair, Hult, Ringle, & Sarstedt, 2017).

Merujuk pada buku Hair dkk (2017) menjelaskan bahwa dalam melakukan SEM terdapat beberapa tahap yang harus dilakukan yaitu:



Sumber: Hair dkk (2017)

Gambar 3.5 Tahapan *Structural Equation Model*

Stage pertama yaitu *specifying the structural model* merupakan langkah yang menyiapkan diagram untuk menggambarkan hipotesis penelitian dan menampilkan hubungan variabel yang akan diteliti. (Hair, Hult, Ringle, & Sarstedt, 2017)

Stage berikutnya *specifying the measurement models* merupakan langkah untuk menguji perwakilan hubungan antara konstruksi dan variabel indikator yang sesuai (*Outer Models*) (Hair, Hult, Ringle, & Sarstedt, 2017) .

Stage berikutnya *data collection and examination* merupakan langkah yang penting dalam setiap penelitian. Untuk merencanakan dan dilaksanakan dengan hati-hati sehingga jawaban atas pertanyaan sevalid dan dapat diandalkan untuk penelitian ilmu sosial. (Hair, Hult, Ringle, & Sarstedt, 2017)

Stage 4 PLS path model estimation merupakan langkah yang digunakan menerapkan di PLS SEM untuk menjelaskan algoritma perhitungan dan mengetahui *statistic* dari penelitian yang dijalankan.

Stage 5a dan 5b dapat disebut *evaluation of measurement models*, mengevaluasi hasil dari perhitungan model penelitian yang dilaksanakan pada *PLS SEM*. Dalam evaluasi yang sesuai dengan standar indikator (*inner model*).

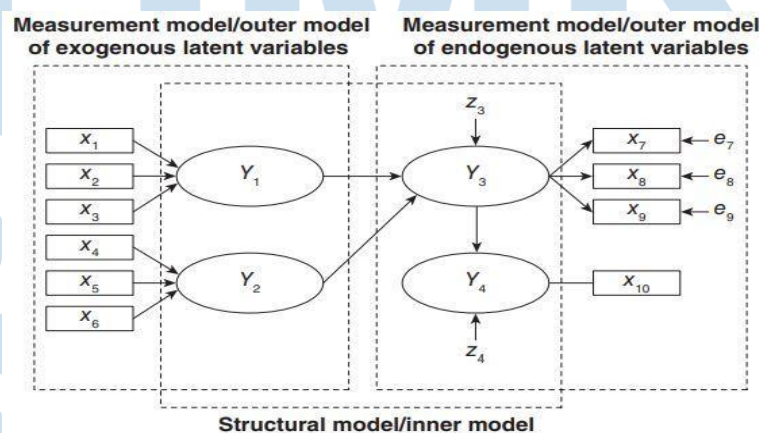
Stage 6 assessing PLS-SEM structural model result merupakan hasil dari pengujian yang membahas structural model. Biasanya

melibatkan pemeriksaan kemampuan prediksi model dan hubungan antara konstruksi.

Stage 7 *advanced PLS-SEM Analyses* merupakan langkah selanjutnya pada PLS-SEM dengan bentuk menentukan model penelitian tersebut.

Stage terakhir *interpretation of result and drawing conclusions* langkah ini melakukan penafsiran pada hasil yang telah dilakukan dan membuat kesimpulan dari penelitian tersebut.

Model jalur PLS terdiri dari dua elemen. Pertama, ada model struktural (juga disebut model dalam dalam konteks PLS-SEM) yang mewakili konstruksi (lingkaran atau oval). Model struktural juga menampilkan hubungan (jalur) antara konstruksi. Kedua, ada model pengukuran (juga disebut sebagai model luar dalam PLS-SEM) dari konstruk yang menampilkan hubungan antara konstruk dan variabel indikator (persegi panjang).



Sumber: Hair dkk (2017)

Gambar 3.6 Outer dan Inner Model

Model pengukuran variabel laten eksogen dan endogen, peneliti lebih sering mengacu pada model pengukuran satu variabel laten tertentu. Misalnya, x1 hingga x3 adalah indikator yang digunakan dalam model pengukuran Y1 sedangkan Y4 hanya memiliki indikator x10 dalam model pengukuran (Hair, Hult, Ringle, & Sarstedt, 2017).

1. Variabel Eksogen

Merupakan variabel independent yang terdapat di dalam suatu model penelitian dan memiliki sifat laten serta mampu mengukur menggunakan beberapa observed variables, tidak dipengaruhi oleh variabel lain dalam model penelitian (Hair, Black, Babin, & Anderson, 2010). Pada penelitian ini variabel eksogen adalah *Perceived Entrepreneur Desirability* dan *Perceived Entrepreneur Feasibility*.

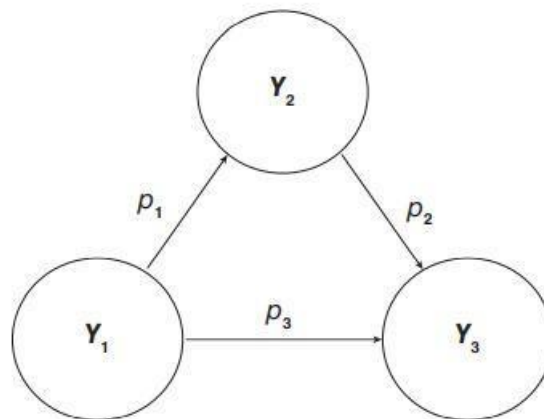
2. Variabel Endogen

Merupakan variabel dependen yang dipengaruhi oleh variabel lain dalam suatu model penelitian (Hair, Black, Babin, & Anderson, 2010). Pada penelitian ini variabel endogen adalah *Entrepreneurship Self-Confidence* dan *Intention Entrepreneurship*

2. Mediation

Mediasi terjadi ketika variabel ketiga, yang disebut sebagai variabel mediator, mengintervensi antara dua konstruksi terkait lainnya. Lebih tepatnya, perubahan konstruk eksogen menghasilkan perubahan variabel mediator, yang, pada gilirannya, mengubah konstruk endogen (Hair, Hult, Ringle, & Sarstedt, 2017).

Exhibit 7.1 General Mediation Model



Sumber: Hair dkk (2017)

Gambar 3.7 Mediation model

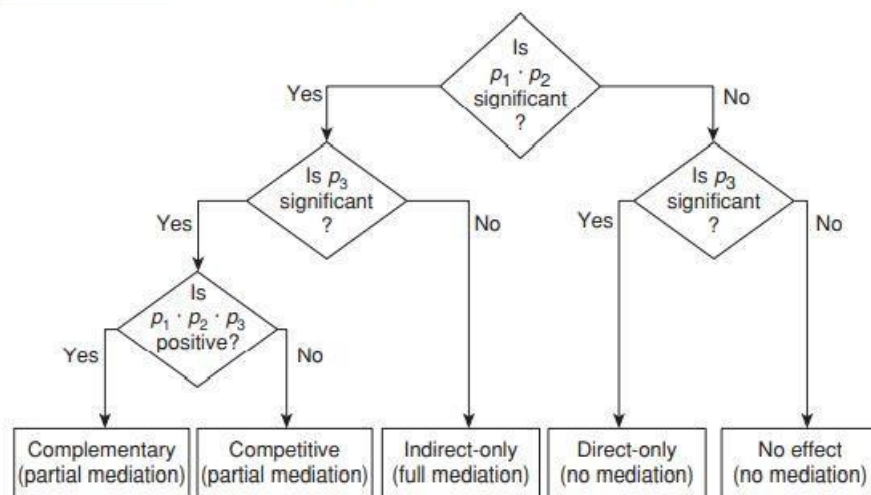
Dalam gambar 3.4 menjelaskan pengaruh langsung p_3 antara Y_1 dan Y_3 dan pengaruh tidak langsung Y_1 pada Y_3 dalam bentuk barisan $Y_1 \rightarrow Y_2 \rightarrow Y_3$. Pengaruh tidak langsung dari $p_1 p_2$ mewakili efek mediasi dari konstruk Y_2 pada hubungan antara Y_1 dan Y_3 .

Mediasi memiliki berbagai tipe sebagai berikut:

1. *Direct-only nonmediation*: Efek langsungnya signifikan tetapi bukan efek tidak langsungnya.
2. *No-effect nonmediation*: Baik efek langsung maupun tidak langsung tidak signifikan.
3. *Complementary mediation*: Efek tidak langsung dan efek langsung keduanya signifikan dan mengarah ke arah yang sama.
4. *Competitive mediation*: Efek tidak langsung dan efek langsung keduanya signifikan dan berlawanan arah
5. *Indirect-only mediation*: Pengaruh tidak langsung signifikan tetapi tidak berpengaruh langsung.

Cara mengetahui jenis mediasi penelitian dapat dilihat pada gambar dibawah ini:

Exhibit 7.5 Mediation Analysis Procedure



Sumber: Hair dkk (2017)

Gambar 3.8 Identifikasi tipe mediasi

3. Kecocokan Model pengukuran (*Outer Model*) (Uji Validitas dan Reliabilitas Main Test)

Tabel 3.4 Rule of Thumb Measurement Model

	Parameter	Rule Of Thumb
Model Reflektif	<i>Outer Loadings</i>	<i>Outer Loading</i> ≥ 0.7
	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	AVE > 0.5
	<i>Cross Loading Factor</i>	<i>Cross loading</i> ≥ 0.7
	<i>Fornell-Lecker Criterion</i>	$\sqrt{\text{AVE}} > \text{Korelasi antar Konstruk Laten}$
	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Cronbach's Alpha</i> > 0.7
	<i>Composite Reliability</i>	CR > 0.7
	<i>Rho_A</i>	rho_A > 0.7

Sumber: Pelatihan Statistik Universitas Indonesia (2019)

4. Kecocokan Model Struktural (*Inner Model*) (Uji *Smart-PLS Main test*)

Tabel 3.5 Rule of Thumb Measurement Model

Kriteria	Rule of Thumb
<i>R-Square</i>	0.67, 0.33 dan 0.19 menunjukkan model kuat, moderate dan menunjukkan model kuat, moderate dan lemah
<i>Effect Size f²</i>	0.02, 0.15 dan 0.35 menunjukkan kecil, menengah dan besar
<i>Q² predictive relevance</i>	Q ² > 0 menunjukkan model mempunyai <i>predictive relevance</i> Q ² < 0 menunjukkan bahwa model kurang memiliki <i>predictive relevance</i>
<i>q² predictive relevance</i>	0.02, 0.15 dan 0.35 menunjukkan bahwa lemah, moderate dan kuat
Signifikansi (two tailed)	t-value 1.65 (significance level = 10%) t-value 1.96 (significance level = 5%) t-value 2.58 (significance level = 1%)

Sumber: Ghozali & Latan (2015)

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