

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

3.1.1 Universitas Multimedia Nusantara



Gambar 3. 1 Logo Universitas Multimedia Nusantara

Sumber: (Universitas Multimedia Nusantara, 2021)

Universitas Multimedia Nusantara adalah universitas swasta dengan konsep bangunan ramah lingkungan yang terletak di Jalan Scientia Boulevard, Curug Sangereng, Kecamatan Kelapa Dua, Kabupaten Tangerang, Banten. UMN didirikan sejak 2006 oleh Kompas Gramedia group. Fokus dari kurikulum pendidikan yang diberikan oleh UMN adalah edukasi dengan berbasis bidang ICT, yaitu teknologi informasi dan komunikasi. Semua program studi mahasiswa UMN dibekali dengan ilmu pengetahuan dan keahlian terhadap perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, sehingga lulusan mahasiswa UMN kelak dapat siap beradaptasi meniti karir dalam menghadapi perubahan akibat perkembangan teknologi di era digital ini. Universitas Multimedia Nusantara menyediakan 14 jurusan mulai dari informatika, teknik komputer, teknik elektro, teknik fisika, sistem informasi, manajemen,

akuntansi, perhotelan, ilmu komunikasi, desain komunikasi visual, arsitektur, film & animasi, komunikasi strategis, dan jurnalisme.

Setiap fakultas UMN mendapatkan pendidikan terkait kewirausahaan, dimana setiap fakultas mendapatkan mata kuliah *technopreneurship* yang mengajarkan cara berwirausaha berbasis teknologi digital untuk beradaptasi dengan era *digital* ini. UMN memiliki fakultas bisnis yang memiliki berbagai program studi, terutama manajemen yang mempelajari manajemen keuangan, operasional, pemasaran, sumber daya manusia, dan kewirausahaan. Dimana untuk pengajaran yang lebih dalam tentang berbisnis didapatkan oleh mahasiswa jurusan manajemen yang mengambil peminatan *entrepreneurship* menjadi seorang entrepreneur dengan memanfaatkan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi untuk menjadi seseorang yang kreatif, memiliki kemampuan untuk mengidentifikasi peluang serta mampu menganalisa pasar dan kompetitor.

Universitas Multimedia Nusantara juga memiliki program untuk mendukung terciptanya jiwa kewirausahaan pada para mahasiswa, yaitu Program Pengembangan Kewirausahaan (PPK). Program tersebut meliputi pelatihan manajemen dan skills usaha bagi *tenant*, *boot camp*, konsultasi bisnis, *mentoring*, *workshop praktikal*, serta memfasilitasi *tenant* dalam berwirausaha untuk menghasilkan mahasiswa lulusan UMN yang berjiwa wirausaha (Universitas Multimedia Nusantara, 2021). Universitas Multimedia Nusantara juga menjalin kerja sama dengan beberapa institusi di bidang kewirausahaan, seperti Skystar Ventures, Techinasia, Microsoft Bizspark, Kompas Gramedia, Kompas.com, Startupbisnis.com, dan Awsactive. Adapun beberapa brand yang berhasil meluncur melalui program PPK ini, yaitu Kopilembur, Jusin.id, Tempel.in, Lamina, dan Urganizer. Dimana kelima brand tersebut merupakan startup bisnis yang berbasis ilmu pengetahuan dan teknologi teknologi dalam menjalankan bisnisnya. Sehingga para mahasiswa UMN dapat meningkatkan pengetahuan dan

menambah pengalamannya dalam hal kewirausahaan, selain itu mereka juga dapat mengkonsultasikan ide bisnis mereka melalui konsultasi dengan berbagai orang yang berkompeten pada bidang kewirausahaan.

Visi dari Universitas Multimedia Nusantara adalah untuk menjadi universitas yang memiliki keunggulan pada bidang Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK), baik di tingkat nasional maupun internasional, yang dapat menghasilkan mahasiswa lulusan yang memiliki wawasan internasional dan memiliki kompetensi yang tinggi pada bidangnya serta memiliki jiwa wirausaha dan akhlak yang mulia. Misi dari Universitas Multimedia Nusantara adalah turut serta mencerdaskan kehidupan bangsa dan memajukan kesejahteraan bangsa melalui penyelenggaraan pendidikan tinggi dengan melaksanakan Tridarma Perguruan Tinggi (Pendidikan, Penelitian, dan Pengabdian kepada Masyarakat), sebagai upaya meningkatkan kualitas sumber daya manusia Indonesia (Universitas Multimedia Nusantara, 2021). Pada penelitian saat ini peneliti memilih responden yaitu mahasiswa/I UMN, dari seluruh fakultas angkatan 2018 sampai dengan 2021.

3.2 Desain Penelitian

Menurut Malhotra et al. (2017), desain penelitian adalah suatu kerangka kerja yang berisi tahapan-tahapan untuk mendapatkan informasi yang diperlukan dalam melakukan suatu penelitian untuk memecahkan suatu permasalahan.

3.2.1 Tipe Metode Penelitian

Terdapat 2 tipe metodologi penelitian (Design, 2021), yaitu:

a. Metode Kualitatif

Metode penelitian yang didesain untuk berfokus pada pemahaman fenomena dalam konteks sosial, kelembagaan, politik dan ekonomi

dengan membutuhkan lebih banyak partisipasi dan keterlibatan dari sisi peneliti.

b. **Metode Kuantitatif**

Metode penelitian yang didesain untuk berfokus pada sebab dan akibat pada suatu fenomena yang melibatkan peneliti sebagai pengamat yang objektif dan tidak memihak.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dalam mengumpulkan dan menganalisis sebab akibat antara variabel independen terhadap variabel dependen yaitu *entrepreneurial intention*

3.2.2 Jenis Penelitian

Malhotra et al. (2017), mengklasifikasikan desain penelitian menjadi 2 jenis, yaitu sebagai berikut:

1. *Exploratory Research*

Suatu desain penelitian yang bertujuan untuk mendapatkan wawasan mengenai suatu permasalahan yang diteliti sehingga dapat membantu peneliti untuk lebih memahami suatu fenomena yang diteliti untuk mengembangkan metode

2. *Conclusive Research*

Suatu desain penelitian untuk menemukan sebuah solusi akan suatu permasalahan atau fenomena yang diteliti dengan menguji hipotesis tertentu dan memeriksa hubungan antar variabel tertentu.

Conclusive research dibagi menjadi 2, yaitu:

1. *Descriptive Research*

Descriptive research adalah penelitian yang bertujuan untuk memberikan gambaran atau penjelasan mengenai sesuatu kepada peneliti

2. *Causal Research*

Causal research adalah penelitian yang mengkaji hubungan antar variabel untuk memperoleh bukti bahwa adanya suatu hubungan antar variabel satu dengan yang lain, sehingga peneliti dapat mengetahui apakah variabel bebas mempengaruhi variabel terikat atau tidak.

Peneliti melakukan penelitian ini dengan menggunakan pendekatan secara kuantitatif dengan metode survei dan jenis penelitian *descriptive research*, hal tersebut karena peneliti menggunakan kerangka dan variabel yang sudah pernah dipakai pada penelitian sebelumnya. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan ada tidaknya pengaruh variabel *Risk-Taking Behaviour*, *Innovativeness*, *Proactiveness*, dan *Network Ties* terhadap *Entrepreneurial Intention* di kalangan mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara yang sudah pernah mendapatkan mata kuliah terkait kewirausahaan dan yang belum memiliki bisnis sendiri melalui google form secara *online*. Dimana jawaban responden akan diukur dengan 5 skala likert karena mengacu kepada jurnal utama Twum et al., 2021, yaitu mulai dari 1 (sangat tidak setuju) sampai 5 (sangat setuju).

3.2.3 **Data Penelitian**

1. Data Penelitian

Data penelitian dapat diperoleh dari dua sumber, yaitu:

a. *Primary Data*

Data yang didapatkan secara langsung oleh peneliti tersebut sebagai tangan pertamanya yang hasilnya lebih akurat, akan tetapi memakan waktu lama dan biaya yang mahal. Data Primer dapat diperoleh melalui survei, observasi, kuesioner, *interview*, studi kasus, dan *focus group* (Yusuf Mahesa, 2022).

b. *Secondary Data*

Data yang didapatkan oleh peneliti melalui sumber lain yang sudah dikumpulkan oleh orang lain sehingga hasilnya tidak seakurat data primer. Contoh data sekunder adalah publikasi pemerintah, situs web, buku, artikel jurnal, catatan internal, dll (Yusuf Mahesa, 2022).

Penelitian ini menggunakan dua jenis data, yaitu data primer dan data sekunder. Pengumpulan data primer dalam penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan data secara langsung melalui kuesioner penelitian dalam bentuk google form yang akan disebarakan kepada target responden yang memenuhi kriteria penelitian. Sementara, penggunaan data sekunder dalam penelitian dilakukan dalam mencari referensi karya ilmiah dalam bentuk jurnal ilmiah, artikel, buku, dan situs web. Penggunaan referensi ilmiah ini dilakukan untuk memperkuat fakta dan sebagai data pendukung dalam membuat latar belakang penelitian, landasan teori, dan gambaran umum objek penelitian.

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

3.3.1 Populasi

Populasi adalah keseluruhan dari obyek yang akan diteliti oleh peneliti pada suatu wilayah dan waktu tertentu (Budi Utama, 2021). Target populasi dari penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara. Hal ini karena Universitas Multimedia memiliki visi untuk dapat mencetak mahasiswa lulusan dengan jiwa wirausaha, dimana UMN juga berusaha mewujudkannya melalui Program Pengembangan Kewirausahaan dan menjalin kerja sama dengan berbagai institusi kewirausahaan untuk mendukung terciptanya kewirausahaan. Akan tetapi jumlah lulusan mahasiswa UMN yang menjadi wirausaha masih rendah, hal tersebut dilihat dari jumlah mahasiswa UMN lulusan semester ganjil 2021 yang

menjadi wirausaha hanya 8% (Universitas Multimedia Nusantara, 2021) Sehingga diperlukan penelitian terhadap populasi tersebut.

3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2016), sampel adalah bagian dari populasi yang diambil dan diukur melalui statistik untuk meneliti suatu objek. Sampel penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara yang sudah mendapatkan mata kuliah yang berkaitan dengan kewirausahaan, seperti *technopreneurship* agar mereka dapat memahami pernyataan – pernyataan pada kuesioner. Sampling merupakan teknik memilih individu dalam populasi yang memenuhi kriteria untuk diolah datanya, terdapat 2 macam teknik pengambilan sampel diantaranya:

1. *Probability Sampling*

Ini merupakan teknik pengambilan sampel yang probabilitas pemilihan setiap elemen populasinya sudah diketahui sebelumnya dan semua elemen populasi memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi sampel yang diambil secara acak (Salmaa, 2021).

a. *Simple random sampling*

Ini merupakan teknik pengambilan sampel yang paling mudah, dimana peneliti akan memilih subjek secara acak dari daftar induk yang berisi populasi beserta tandanya seperti nomor dan lainnya (Salmaa, 2021) .

b. *Stratified sampling*

Stratified sampling atau pengambilan sampel acak bertingkat adalah teknik yang membagi populasi menjadi beberapa klasifikasi berbeda lalu akan dipilih secara acak sehingga hasilnya akan lebih tepat dan mewakili setiap kelompok populasi (Salmaa, 2021). Dimana klasifikasi tersebut dapat berupa berdasarkan tingkat usia, gender, ekonomi, dan hal-hal lainnya.

c. *Cluster random sampling*

Teknik pengambilan sampel secara acak terhadap populasi yang sudah diklasifikasikan yang besar dan tersebar ke wilayah geografis lain, sehingga teknik ini dapat menjangkau ke wilayah yang lebih luas dan mendapatkan populasi yang diambil sampelnya di wilayah lain (Salmaa, 2021).

d. *Systematic sampling*

Langkah pertama yang dilakukan dalam pengambilan sampel acak sistematis ini adalah memilih bilangan bulat yang lebih kecil dari jumlah total populasi yang ada untuk dijadikan titik mulainya. Misalnya yang dipilih adalah subjek nomor 4, maka langkah selanjutnya adalah memilih bilangan bulat lain yang akan menjadi jumlah individu di antara subjek. Misalkan selanjutnya memilih 6, kemudian dari proses sebelumnya maka subjek penelitian yang didapatkan adalah pasien 4, 10, 16, 22, 28, dan seterusnya (Salmaa, 2021)

e. *Multi-stage sampling*

Ini adalah metode pengambilan sampel yang menggabungkan 2 atau lebih metode pengambilan probabilitas sampling yang bertujuan untuk menguatkan hasil penelitian agar terjauhi dari bias, yang biasa digunakan untuk penelitian sosial terapan (Salmaa, 2021)

2. *Non-probability Sampling*

Adalah teknik pengambilan sampel yang sangat bermanfaat untuk penelitian eksploratori, dimana penelitian biasa dilakukan berdasarkan pengamatan dan peneliti memilih sampel berdasarkan pendapat subyektif peneliti yang sangat bergantung pada kompetensi dan ilmu peneliti

tersebut (QuestionPro, 2022). Penelitian sangat cocok digunakan untuk penelitian kualitatif

a. *Convenience Sampling*

Ini adalah teknik pengambilan sampel non probabilitas untuk penelitian terhadap populasi yang terlalu besar dimana peneliti hanya mengambil sampel yang mudah dan tersedia bagi peneliti dari hal tersebut karena lebih cepat dan hemat biaya (QuestionPro, 2022)

b. *Purposive Sampling*

Ini adalah teknik pengambilan sampel non probabilitas dimana peneliti memilih sampel dari populasi yang menurut mereka sesuai dengan studi yang akan dilakukan berdasarkan pengetahuan peneliti. Bias dari peneliti dapat menjadi kekurangan dalam teknik ini, hal tersebut karena teknik pengambilan sampel ini benar-benar berdasarkan ilmu dan intuisi peneliti (QuestionPro, 2022)

c. *Snowball Sampling*

Teknik pengambilan sampel dimana peneliti akan meminta bantuan peserta dalam penelitian untuk membantu merekrut subjek yang seragam agar ukuran sampel dapat terpenuhi, ini digunakan peneliti yang meneliti ukuran sampel yang kecil dan tidak mudah diakses (QuestionPro, 2022)

d. *Quota Sampling*

Quota sampling adalah teknik pengambilan sampel non-probabilitas untuk dari populasi dengan suatu ciri khas tertentu sampai jumlah (kuota) yang diinginkan (Sugiyono, 2016)

Pada penelitian ini teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling* karena sampel yang dibutuhkan memiliki kriteria khusus, yaitu:

1. Mahasiswa aktif angkatan 2018 sampai dengan 2021 di Universitas Multimedia Nusantara
2. Mahasiswa yang sudah pernah mendapatkan mata kuliah terkait kewirausahaan
3. Mahasiswa yang belum memiliki bisnis

Apabila didapati responden yang tidak sesuai dengan kriteria tersebut akan segera dibuang.

3.3.1 Sampling Size

Berdasarkan pernyataan Hair et al. (2017), metode untuk perhitungan penelitian adalah 5 (lima) kali dari jumlah indikator pertanyaan dalam penelitian, sehingga dapat diasumsikan $n \times 5$ *observation*. Maka minimal jumlah sampel yang diperlukan peneliti adalah 24×5 atau sebanyak 120 responden.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Terdapat 2 metode pengumpulan informasi untuk suatu penelitian, yaitu dapat dilakukan dengan cara *observation research* dan *survey research* (Cooper et al., 2014).

1. Observation Research

Kegiatan mengumpulkan informasi yang dilakukan dengan cara pengamatan melalui panca indra tanpa menggunakan manipulasi apapun terhadap objek penelitian untuk mendapatkan pengetahuan yang lebih detail tentang responden, menanggapi persoalan riset dan membagikan laporan secara valid.

2. *Survey Research*

Kegiatan mengumpulkan informasi yang dilakukan dengan cara menyusun daftar pertanyaan dalam bentuk kuesioner untuk diberikan kepada responden sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti.

Peneliti mengumpulkan data dengan menyebarkan kuesioner secara online dengan google form melalui link: https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSf2GDojVtjFX8bkhjBJ4CEcyhk4wUyCUDN--WrWafZRSF4AWQ/viewform?usp=sf_link. Selanjutnya data sekunder yang digunakan peneliti berasal dari artikel, jurnal dan statistik yang dapat digunakan sebagai pendukung untuk penelitian.

3.5 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel dibutuhkan untuk menentukan skala pengukuran dari masing-masing variabel pada penelitian ini, dimana penulis memiliki variabel diantaranya adalah *risk-taking behaviour*, *innovativeness*, *proactiveness*, *network ties*, dan *entrepreneurial intention*. Variabel operasional dalam penelitian ini terdiri dari indikator pertanyaan yang diperoleh peneliti dari jurnal utama (Twum et al., 2021). Skala penelitian yang digunakan merupakan likert scale dengan 5 poin dengan angka 1 yang menunjukkan sangat tidak setuju hingga angka 5 yang menunjukkan bahwa sangat setuju. Secara lebih rinci operasionalisasi variabel dalam penelitiannya ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. 1 Tabel Operasionalisasi Variabel

No.	Variabel	Defnisi Operasional	Kode Penelitian	Indikator	Pertanyaan Penelitian	Teknik Skala
1	Entrepreneurial Intention	<i>Entrepreneurial Intention</i> merupakan sesuatu yang penting untuk dipahami dan dianalisis untuk memahami proses kewirausahaan (Koe, 2016)	EI1	Tingkat upaya untuk memulai dan menjalankan usaha saya sendiri	Saya akan melakukan segala upaya untuk memulai dan menjalankan usaha saya sendiri di masa depan	Likert 1-5
			EI2	Tingkat tujuan karir profesional untuk menjadi seorang pengusaha	Saya lebih memilih tujuan profesional untuk menjadi seorang pengusaha di masa depan	Likert 1-5
			EI3	Tingkat tekad yang kuat untuk membuat suatu usaha	Saya memiliki tekad yang kuat untuk membuat suatu usaha di masa depan	Likert 1-5
			EI4	Tingkat kesiapan untuk melakukan apa saja untuk menjadi pengusaha	Saya siap melakukan apa saja untuk menjadi pengusaha di masa depan	Likert 1-5
			EI5	Tingkat keseriusan pemikiran untuk memulai suatu usaha	Saya telah berpikir sangat serius untuk memulai suatu usaha di masa depan	Likert 1-5
			EI6	Tingkat kekuatan niat untuk memulai sebuah perusahaan	saya memiliki niat yang kuat untuk memulai suatu usaha di masa depan	Likert 1-5
2	Risk Taking Behaviour	Suatu aktivitas untuk berusaha menangkap	RT1	Tingkat keberanian dalam mengambil tindakan	Saya adalah orang yang cenderung berani dalam mengambil suatu tindakan	Likert 1-5

		peluang untuk mendapatkan keuntungan dari ide bisnis di masa depan yang penuh ketidakpastian yang memaksa individu untuk mengorbankan suatu sumber daya (Koe, 2016)	RT2	Tingkat kesediaan menginvestasikan waktu dan uang untuk sesuatu	Saya bersedia menginvestasikan waktu dan uang untuk mendapatkan pengembalian yang tinggi	Likert 1-5
			RT3	Tingkat keberanian untuk mencoba hal baru	saya memiliki keberanian untuk mencoba hal - hal baru yang belum diketahui	Likert 1-5
			RT4	Tingkat keberanian mengambil risiko yang sudah diperhitungkan	Saya akan mengambil risiko yang sudah diperhitungkan demi mencoba suatu ide baru	Likert 1-5
3	Innovativeness	Suatu ide – ide atau hal baru untuk menghasilkan produk, jasa, atau proses baru yang merupakan hal yang penting untuk dimiliki oleh para pengusaha karena lanskap bisnis yang semakin kompetitif (Koe, 2016)	I1	kecenderungan memilih pendekatan yang unik dan khas untuk menghadapi suatu masalah	Dalam menghadapi suatu permasalahan, saya lebih memilih pendekatan yang unik dan khas	Likert 1-5
			I2	Kecenderungan melakukan eksperimen untuk melakukan hal - hal baru	Saya lebih suka melakukan eksperimen untuk melakukan hal - hal baru	Likert 1-5
			I3	Kecenderungan mencoba suatu aktivitas baru dan berbeda	Saya lebih suka untuk mencoba suatu aktivitas baru dan yang tidak biasa	Likert 1-5
			I4	Kecenderungan melakukan hal-hal yang baru dengan cara yang unik	Saya suka melakukan hal-hal yang baru dengan cara yang unik	Likert 1-5
4	Proactiveness	Suatu hal yang sangat penting untuk dimiliki oleh wirausahawan agar	P1	Tingkat kesiapan perencanaan sebelum memulai proyek	Saya lebih suka untuk menyiapkan perencanaan yang matang sebelum memulai suatu proyek	Likert 1-5

		dapat aktif mencari peluang bisnis (Koe, 2016)	P2	Tingkat memulai tindakan sebelum orang lain	Saya cenderung memulai suatu tindakan agar kemudian akan ditanggapi oleh orang lain	Likert 1-5
			P3	Tingkat keberanian menghadapi suatu permasalahan	Saya lebih suka menghadapi dan menyelesaikan masalah daripada hanya memikirkannya	Likert 1-5
			P4	Tingkat antisipatif untuk menghadapi masalah	Saya lebih memilih untuk melakukan tindakan antisipatif dalam menghadapi masalah di masa depan	Likert 1-5
5	Network Ties	Ikatan jaringan merupakan suatu hal yang dapat meningkatkan peran orientasi kewirausahaan suatu individu dalam proses kewirausahaan yang dialaminya (Boso et al., 2013)	NT1	Tingkat akses informasi mengenai industri bidang bisnis yang ingin dijalankan	Saya bisa mendapatkan informasi mengenai industri bidang bisnis yang ingin saya lakukan dengan lebih cepat dibandingkan mahasiswa lain	Likert 1-5
			NT2	Jaringan rekan bisnis dari mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara	Saya sudah memiliki rekan bisnis sesama mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara	Likert 1-5
			NT3	Jaringan dengan mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara yang sudah memiliki usaha	Saya sudah pernah berteman dengan mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara yang sudah memiliki usaha	Likert 1-5
			NT4	Tingkat akses terhadap calon kostumer di bisnis yang ingin ditekuni di masa depan	Saya sudah mengetahui dan memiliki koneksi dengan calon kostumer saya, apabila ingin membuka usaha di masa depan	Likert 1-5
			NT5	Tingkat akses terhadap calon pemasok bahan baku untuk bisnis yang ingin ditekuni di masa depan	Saya sudah memiliki koneksi dengan calon pemasok bahan baku untuk bisnis saya, apabila ingin membuka usaha di masa depan	Likert 1-5
			NT6			

				Tingkat pengetahuan mengenai calon kompetitor di masa depan	Saya sudah mengetahui siapa yang akan menjadi kompetitor saya apabila saya membuka usaha di masa depan	Likert 1-5
--	--	--	--	---	--	------------

Sumber: Data Penelitian, (2022)

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

3.6 Teknik Analisis Data *Pre-Test*

3.6.1 Uji Validitas dan Reliabilitas *Pre-Test*

A. Uji Validitas *Pre-test*

Dalam penelitian ini, peneliti memproses data dengan menggunakan IBM SPSS versi 24 untuk menentukan dan juga mengukur setiap indikator apakah bisa mewakili setiap variabel. Validitas yang pas dapat dilihat dalam pengukuran yang digunakan untuk variabel. Hal tersebut dinyatakan valid apabila memenuhi kriteria seperti berikut:

Tabel 3. 2 Syarat Nilai Validitas

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

Sumber: Malhotra et al., (2017)

B. Uji Reliabilitas *Pre-Test*

Uji reliabilitas ini menunjukkan sejauh mana kuesioner dapat menghasilkan jawaban yang konsisten. Uji reliabilitas dapat diukur dengan berdasarkan nilai *Cronbach's Alpha*, dimana apabila sesuai kriteria yaitu *Cronbach's Alpha* $\geq 0,7$, maka data tersebut bisa dikatakan reliabel (Hair et al., 2010).

3.7 Structural Equation Model (SEM)

Dalam Penelitian ini, peneliti menganalisis data menggunakan *Structural Equation Model* (SEM). Menurut Hair et al., (2017), SEM atau yang lebih dikenal dengan *Structural Equation Modeling* adalah suatu teknik analisis multivariat dengan teknik statistik yang dapat digunakan untuk menguji hipotesis tentang hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Pada penelitian ini hubungan antar variabel yang ingin diketahui oleh peneliti ialah *risk-taking behaviour, innovativeness, proactiveness, network ties, dan entrepreneurial intention*. Variabel dalam penelitian ini diuji secara bersama – sama dengan metode SEM melalui perangkat lunak Smart PLS 3.

3.7.1 Variabel dalam SEM

Dalam teknik analisis data menggunakan SEM, terdapat 2 jenis variabel yaitu variabel laten dan variabel terukur. Variabel laten terdiri dari 2 jenis variabel, yaitu variabel eksogen dan endogen.

1. Variabel Eksogen

Menurut Hair et al., (2014), variabel eksogen merupakan variabel yang muncul sebagai variabel yang bebas dan tidak dipengaruhi yang menyebabkan perubahan pada variabel eksogen pada model penelitian yang akan diteliti. Dalam model penelitian, variabel eksogen memiliki bentuk oval yang memiliki panah yang mengarah yang biasanya terletak di sebelah kiri. Variabel eksogen dalam model penelitian ini adalah *risk-taking behaviour, innovativeness, proactiveness, dan network ties*.

2. Variabel Endogen

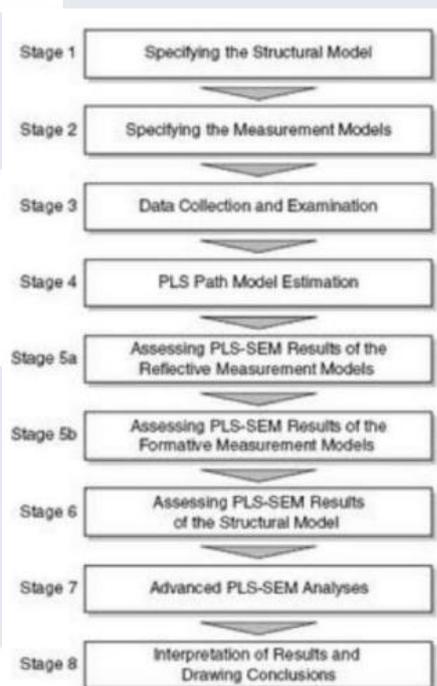
Menurut Hair et al., (2014) variabel endogen adalah sebuah variabel yang memiliki keterkaitan setidaknya dengan satu persamaan pada model penelitian. Gambaran suatu variabel endogen dalam model penelitian adalah sebagai bentuk oval yang minimal memiliki satu panah

yang mengarah kearahnya. Variabel endogen dalam model penelitian ini adalah *entrepreneurial intention*

Sementara Variabel terukur adalah suatu variabel yang berperan sebagai indikator dari variabel pada model penelitian yang dapat mendeskripsikan variabel – variabel dalam suatu model penelitian dan dapat diukur secara langsung (Hair et al., 2017).

3.7.2 Tahapan dalam Analisis Structural Equation Model

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metodologi *Partial Least Square* atau PLS-SEM. Hair et al., (2017), mengemukakan bahwa ada 8 tahadapn melakukan analisis PLS-SEM yaitu sebagai berikut:



Gambar 3. 2 Tahapan-tahapan dalam SEM

Sumber: Hair et al., (2017)

Dalam melakukan analisa *Structural Equation Model* terdapat beberapa tahapan. Menurut Hair et al., (2017), langkah pertama dalam analisis SEM adalah menentukan model struktural. Langkah kedua adalah menentukan serta melakukan pengembangan pada model pengukuran. Langkah ketiga adalah melakukan pengumpulan dan evaluasi data. Langkah keempat ialah memilih model pls. Langkah kelima adalah menilai hasil PLS-SEM dari model pengukuran reflektif (*reliability*, *convergent validity*, dan *discriminant validity*) lalu menilai hasil PLS-SEM dari model pengukuran formatif yang melibatkan pemeriksaan *convergent validity*, *indicator collinearity*, dan terakhir melihat tingkat signifikansi statistik dan relevansi bobot indikator. Langkah keenam ialah mengevaluasi hasil PLS-SEM dari model struktural, dimana. Tahap ketujuh ialah analisis dari kelanjutan PLS-SEM. Tahap kedelapan ialah menafsirkan hasil dan menarik kesimpulan.

3.7.3 Evaluasi Measurement Model (Outer Model) dan Model Struktural (Inner Model)

1. Evaluasi Measurement Model (Outer Model)

A. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel laten dalam penelitian dapat dinyatakan sebagai variabel yang valid. Menurut Hair et al., (2017), terdapat beberapa kriteria yang harus dipenuhi dalam uji validitas agar variabel dapat dinyatakan sebagai variabel yang valid, yaitu sebagai berikut:

1. Convergent Validity

Adalah sebuah uji untuk mengukur bahwa seberapa jauh konstruk konvergen dalam indikator. Penilaian dilakukan dengan melihat *AVE* (*average variance extracted*) pada semua item yang berhubungan dengan konstruk. Dimana kriterianya adalah nilai $AVE > 0,5$ dan nilai *outer loading* masing – masing variabel $> 0,7$.

2. *Discriminant Validity*

Setelah variabel lulus uji reliabilitas dan validitas konvergen, berikutnya adalah mengevaluasi *discriminant validity*. Evaluasi *discriminant validity* ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana suatu konstruk berbeda berdasarkan hasil penelitian dari konstruk lain. Variabel dapat dinyatakan mempunyai *discriminant validity* apabila variabel tersebut memiliki nilai *cross loading* dari *outer loading* lebih tinggi nilai *outer loading* lain dan mempunyai nilai yang lebih tinggi dibandingkan konstruk lainnya. Dan juga variabel tersebut memiliki *Fornell Larcker criterion*, yaitu mempunyai nilai indikator yang lebih baik dibandingkan dengan konstruk yang lainnya.

Tabel 3. 3 Persyaratan Uji Validitas

Jenis Validitas	Indeks	Kriteria
Convergent Validity	Average Variance Extracted	Nilai AVE > 0.5
	Outer Loading	Nilai Outer Loading > 0.7
	Cross Loading	Nilai Outer Loading > Nilai Outer Loading yang lain
Discriminant Validity	Fornell Larcker Criterion	Struktur (konstruk) mempunyai nilai indikator yang lebih tinggi

		dibandingkan dengan struktur (konstruk) yang lain
--	--	---

Sumber: Hair et al., (2017)

B. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan suatu uji untuk menilai tingkat konsistensi suatu indikator dalam penelitian. Variabel dalam penelitian dapat dinyatakan mempunyai reliabilitas yang baik dan dinyatakan reliabel apabila sesuai dengan kriteria sebagai berikut:

Tabel 3. 4 Persyaratan Uji Realibilitas

Indeks	Persyaratan
<i>Cronbach's Alpha</i>	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> > 0,7
<i>Composite Reliability</i>	Nilai <i>Composite Reliability</i> > 0,7

Sumber: Hair et al., (2017)

2. Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Menurut Hair et al., (2017) model struktural merupakan suatu model yang mewakili konstruk yang dapat menunjukkan hubungan antar konstruk. Apabila konstruk sudah memenuhi kriteria, yaitu sudah dinyatakan valid dan reliabel, peneliti harus menguji pada model struktural dengan mengukur koefisien *R – squared* berdasarkan ketentuan sebagai berikut:

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Tabel 3. 5 Ketentuan Model Struktural

<i>R-Squared</i>	<i>Rule of Thumb</i>
0.75	Model dinyatakan kuat
0.5	Model dinyatakan moderat
0.25	Model dinyatakan lemah

Sumber: Hair et al., (2017)

3. *Multigroup Analysis*

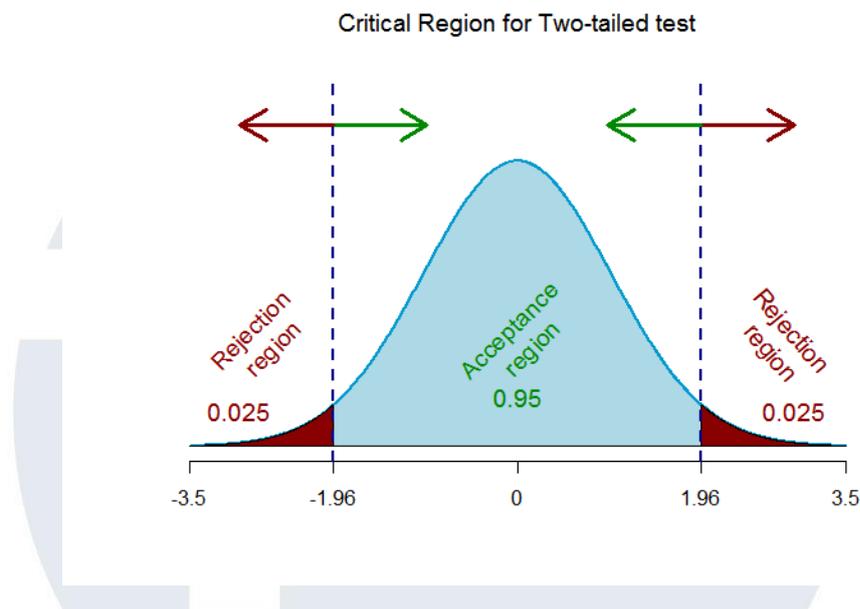
Analisis ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada perbedaan signifikan antara grup dalam sebuah data penelitian (Hair et al., 2018). Smart PLS menyediakan 3 pendekatan untuk *multigroup analysis* berdasarkan hasil bootstrapping untuk mengetahui bagaimana nilai p-value dari masing-masing grup dalam sebuah penelitian. Kriteria untuk terdapatnya perbedaan yang signifikan secara statistik antara grup dalam *multigroup analysis* adalah nilai p-value < 0.10 (Lucy Matthews, 2017)

3.8 Uji Hipotesis

Model yang sudah sesuai dengan kriteria masih belum cukup untuk mendukung model teoritis yang ditawarkan, melainkan harus juga ditinjau apakah hipotesis yang dibuat oleh peneliti diterima atau ditolak agar model teoritis dapat diterima Hair et al., (2014). Berikut dibawah ini merupakan ketentuannya:

1. *T – Statistic*

Suatu uji statistik yang bertujuan untuk menguji tingkat pengaruh variabel independen terhadap variabel independen pada konteks individual. Kriteria nilai dalam *t – statistic* untuk *single – tailed* wajib > 1.64 dan untuk *two – tailed* > 1.96 .



Gambar 3. 3 Area Penolakan H₀ pada uji Two-tailed

Sumber: (PramodAIML, 2020)

Gambar tersebut menunjukkan bahwa daerah yang berwarna merah adalah area penolakan H₀, ketika nilai signifikansi berada pada area tersebut berarti H₀ ditolak. Hal yang membedakan dari 1-tailed dan 2-tailed ialah posisi daerah penolakan.

2. *P – value*

Sebuah hipotesis dapat dinyatakan diterima atau divadilasi menggunakan p-value sebagai alat ukur statistik. Dimana, hipotesis antar variabel dapat disebut memiliki pengaruh yang signifikan apabila nilai dari *p – value* > 0.05. Hal tersebut disebabkan karena nilai 0.05 berada di atas tingkat *error* yang terjadi.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA