

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Mahasiswa merupakan segmen utama dalam pengembangan aktivitas kewirausahaan. Dengan memberikan pola pikir kewirausahaan kepada mahasiswa, maka mahasiswa mampu mempertimbangkan wirausaha sebagai pekerjaan utama mereka nantinya. Dengan begitu, pentingnya langkah-langkah untuk menanamkan jiwa kewirausahaan bagi para mahasiswa agar wirausaha menjadi pilihan utama dalam pemilihan karir mereka. Dalam segi pendidikan terutama perguruan tinggi, kawasan Tangerang memiliki jumlah universitas yang melimpah bahkan terdapat perguruan tinggi internasional sehingga pemerintah provinsi Banten menetapkan Serpong tepatnya BSD merupakan kawasan khusus pendidikan. Maka dari itu, kawasan Tangerang memiliki banyak mahasiswa yang berpotensi menjadi pelaku usaha di kemudian hari.

Beberapa universitas yang berada di daerah Tangerang antara lain: Universitas Bina Nusantara Alam Sutera, Universitas Bunda Mulia, Universitas Prasetya Mulya, Universitas Multimedia Nusantara, Universitas Pradita. Universitas-universitas tersebut mengedepankan tentu memiliki nilai dan visis khusus untuk calon alumninya sehingga menjadi masa depan bangsa yang berkualitas. Tidak sedikit dari mereka mendorong mahasiswanya untuk melakukan kegiatan wirausaha dengan fasilitas atau program yang mereka miliki. Seperti beberapa program inkubator yang diberlangsungkan beberapa universitas seperti Skystar Venture, dan BINUS incubator dimana mahasiswa dari berbagai jurusan dapat bergabung untuk menerima mentoring dari para ahli dan melakukan inkubasi bisnis hingga memberikan peluang pendanaan dan koneksi ke investor.

## 3.2 Desain Penelitian

Desain penelitian didefinisikan sebagai kerangka kerja untuk melakukan proyek penelitian yang dapat membantu peneliti memperoleh informasi yang diperlukan yang kemudian digunakan untuk menyusun dan menyelesaikan masalah atau memperoleh jawaban atas masalah penelitian (Malhotra et al., 2017).

### 3.2.1 Jenis Penelitian

Menurut Malhotra et al. (2017), desain penelitian dibagi menjadi 2 jenis yaitu, *exploratory research* dan *conclusive research* dengan definisi seperti berikut:

#### 1. *Exploratory Research*

Jenis penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman atau wawasan dengan membantu menjelaskan terkait fenomena yang sedang dihadapi peneliti. Jenis desain penelitian ini bersifat fleksibel dan digunakan ketika subjek sulit diukur.

#### 2. *Conclusive Research*

Jenis desain penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan suatu masalah yang dihadapi dengan menguji hubungan antar variabel dan hipotesis. Jenis desain penelitian ini membutuhkan informasi yang jelas dari fenomena yang diuji sehingga umumnya menggunakan metode kuantitatif dengan struktur penelitian yang jelas. *Conclusive research* dibagi menjadi 2 tipe penelitian, yaitu:

##### a. *Descriptive Research*

*Descriptive research* memiliki tujuan untuk mendeskripsikan dan menjelaskan sesuatu dengan melalui proses pengumpulan data mengenai karakteristik dan fenomena yang terjadi dalam penelitian.

*b. Causal Research*

*Causal research* memiliki tujuan untuk membuktikan atau mencari hubungan sebab-akibat antar variabel yang diteliti. Dengan begitu, penelitian dapat menunjukkan variabel mana saja yang memiliki pengaruh dan menjadi penyebab terhadap fenomena yang diteliti.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian *conclusive research* karena penelitian ini berbasis pada hipotesis atau hubungan yang telah ada dan ingin menggunakannya kembali pada objek penelitian yang berbeda. Kemudian, peneliti juga menggunakan tipe *descriptive research* untuk menjelaskan pengaruh dari *Perceived Desirability*, *Entrepreneurial Leadership*, *Entrepreneurial Planning*, dan *Propensity to Act* terhadap *Entrepreneurial Intention* dengan menggunakan survei. Metode survei dilaksanakan dengan menyebarkan kuesioner secara online menggunakan Google Form dan pengukuran jawaban menggunakan 5-point skala Likert.

### **3.2.2 Tipe Metodologi Penelitian**

Menurut Malhotra (2010), tipe metodologi penelitian dibagi menjadi 2 yaitu :

1. Qualitative Research

Penelitian kualitatif adalah metode penelitian eksplorasi yang tidak terstruktur berdasarkan sampel kecil yang memberikan wawasan dan pemahaman tentang situasi masalah.

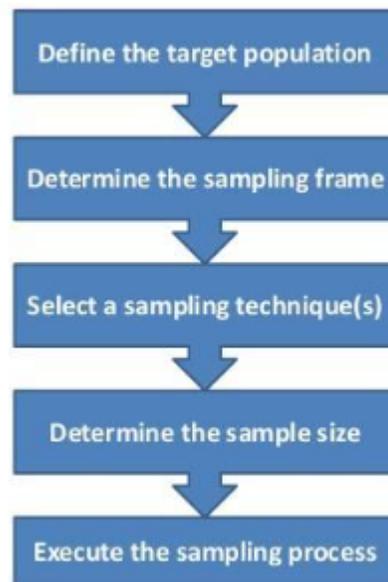
## 2. Quantitative Research

Penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang bertujuan untuk mengukur data dan biasanya menggunakan beberapa bentuk analisis statistik.

Prinsip riset pemasaran yang kuat adalah memandang riset kualitatif dan kuantitatif sebagai pelengkap, bukan sebagai pesaing. Terkadang hasil penelitian kuantitatif juga dijelaskan oleh penelitian kualitatif. Namun, hasil penelitian kualitatif disalahpahami ketika dianggap persuasif dan digunakan untuk menggeneralisasi populasi yang berkepentingan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif untuk menjelaskan hubungan yang berubah, menguji teori, dan menggeneralisasikan fenomena sosial yang diteliti. Kerangka berpikir metode tersebut bersifat deduktif, dimana latar belakang berasal dari hal umum yang kemudian turun menjadi hal-hal khusus dan bertujuan untuk membuktikan teori atau hipotesis yang sudah ada. Peneliti menyebarkan kuesioner menggunakan alat Google Forms yang kemudian dianalisis secara numerik.

### 3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

Dalam menentukan desain sampling, peneliti dapat menggunakan sample design process, dimana terdapat 5 proses yang diawali dengan mendefinisikan target populasi hingga mengeksekusi sampel penelitian (Malhotra et al. (2017)). Proses tersebut dijabarkan seperti berikut:



**Gambar 3.1 Sample Design Process**

Sumber: Malhotra (2017)

### **3.3.1 Populasi**

Populasi dapat diartikan sebagai sekumpulan objek yang memiliki data maupun informasi yang memiliki karakteristik tertentu yang dapat dijadikan oleh peneliti untuk mengambil kesimpulan (Malhotra et al., 2017). Terdapat 4 aspek dalam target populasi, yaitu:

a. Element

Menurut Malhotra et al., (2017), element merupakan suatu objek yang mengandung informasi yang dibutuhkan peneliti. Element dalam penelitian ini merupakan responden yang memberikan informasi yang dibutuhkan oleh peneliti.

b. Sampling Unit

Sampling unit merupakan objek penelitian yang memiliki kesamaan karakteristik yang sama dan akan ditarik menjadi sampel penelitian (Malhotra et al., 2017). Pada penelitian ini, sampling unit merupakan mahasiswa yang sedang menempuh pendidikannya di universitas Tangerang yang memiliki minat berwirausaha.

c. Extent

Extent merupakan batas wilayah atau ruang lingkup dalam penelitian (Malhotra et al., 2017). Dalam penelitian ini, wilayah yang dibatasi merupakan daerah Tangerang.

d. Time

Time merupakan jangka waktu penelitian yang dimulai dari pencarian data atau informasi hingga mengolah data tersebut. Jangka waktu yang peneliti butuhkan merupakan 5 bulan dari Juli 2022 hingga Desember 2022.

### **3.3.2 Sampel**

Sampel menurut Malhotra et al. (2017) adalah sebuah bagian atau subgrup dari elemen populasi yang terpilih untuk partisipasi dalam penelitian. Dalam menentukan sampel penelitian, terdapat 2 teknik sampling dan batas ukuran sampel.

1. Teknik Sampling

Dalam teknik sampling, terdapat 2 teknik yaitu, probability sampling dan nonprobability sampling. Sampling probabilitas adalah sampel konseptual, dimana setiap elemen populasi memiliki probabilitas yang

sama untuk digunakan sebagai sampel yang merepresentatifkan responden populasi penelitian. Terdapat beberapa teknik pada probability sampling, seperti:

a. Simple Random Sampling

Teknik pengambilan sampel acak di mana setiap elemen memiliki peluang yang sama untuk menjadi sampel. Setiap unsur memiliki kesempatan dan dipilih dengan bebas dari setiap unsur lainnya.

b. Systematic Sampling

Metode pengambilan sampel dimana populasinya bersifat heterogen atau terdiri dari kelompok-kelompok yang bertingkat secara proporsional. Unsur pertama ditentukan secara acak, kemudian unsur-unsur lain dipilih secara sistematis menurut pola-pola tertentu.

c. Stratified Sampling

Teknik pengambilan sampel dimana peneliti membagi populasi menjadi sub kelompok yang lebih kecil. Setelah dibagi, setiap sub kelompok dipilih secara acak menggunakan sampel probabilitas yang berbeda.

d. Cluster Sampling

Teknik pengambilan sampel dimana peneliti membagi populasi menjadi beberapa cluster dengan memilih sejumlah kecil individu.

Sedangkan untuk teknik non probability sampling, tidak semua elemen memiliki probabilitas untuk menjadi sampel penelitian atau setiap anggota populasi tidak memiliki peluang yang sama dalam menjadi sampel. Dalam non probability sampling terdapat 4 jenis, yaitu:

a. Convenience Sampling

Teknik pengambilan sampel disesuaikan agar nyaman dan mudah bagi peneliti dan biasanya tidak membutuhkan banyak waktu dan mahal. Peneliti biasa memilih sampel tersebut karena berada pada waktu dan tempat tertentu.

b. Judgemental Sampling

Teknik ini merupakan bentuk sampling yang disederhanakan dimana anggota populasi dipilih berdasarkan penilaian peneliti menurut kriteria atau diyakini peneliti dapat menggambarkan populasi.

c. Quota Sampling

Metode pengambilan sampel dengan dua tahap utama. Langkah pertama adalah menentukan kuota atau batasan sesuai dengan kebutuhan peneliti, kemudian selanjutnya merupakan pemilihan sampel berdasarkan kenyamanan atau peringkat (judgemental atau convenience).

d. Snowball Sampling

Teknik pengambilan sampel ini ditentukan dengan menggunakan referensi dari responden yang sesuai dengan karakteristik dalam penelitian. Pengambilan sampel dimulai

dari peneliti memilih sejumlah individu untuk digunakan sebagai sampel yang dianggap mewakili karakteristik populasi yang kemudian meminta individu-individu tersebut untuk memberikan referensi kepada individu-individu lainnya sesuai dengan karakteristik awalnya.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik non probability sampling dengan menggunakan judgemental sampling. Dengan begitu, tidak semua elemen memiliki probabilitas untuk menjadi sampel penelitian dan elemen populasi didasarkan dari penilaian peneliti sesuai dengan kriteria berikut:

- Mahasiswa aktif yang berkuliah di daerah Tangerang
- Memiliki minat berwirausaha

## 2. Sample Size

Sampling size merupakan banyaknya individu, subjek, maupun elemen dari populasi yang diambil sebagai sampel (Hardani et al., 2020). Sesuai pada rujukan Hair et al. (2014), jumlah minimal sampel merupakan lima kali jumlah indikator yang diteliti dan tidak lebih kecil dari 50 observasi. Dalam penelitian ini, terdapat 19 pertanyaan, maka dari itu jumlah minimal sampel dari penelitian ini merupakan 95 responden.

### 3.4 Teknik Pengumpulan Data

Dalam teknik pengumpulan data, terdapat 2 sumber data yang bisa didapatkan, yaitu:

#### 1. Data Primer

Menurut Malhotra et al. (2017), data primer merupakan data atau informasi yang didapatkan secara langsung oleh peneliti untuk kebutuhan penelitian tersebut. Data primer bisa didapatkan melalui berbagai cara seperti survei, wawancara, observasi lapangan, dan lainnya tergantung pada kebutuhan penelitian.

#### 2. Data Sekunder

Menurut Malhotra et al. (2017), data sekunder merupakan data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain yang secara tidak langsung memberikan data kepada peneliti. Data sekunder dapat berasal dari artikel jurnal terdahulu, data statistik, artikel berita, maupun buku sebagai data pendukung penelitian.

Dalam penelitian ini, sumber data yang peneliti dapatkan berupa data primer dan data sekunder. Peneliti melakukan survei dalam bentuk kuesioner online menggunakan *Google Form* untuk mendapatkan data primer yang berisi serangkaian pertanyaan dan pernyataan terstruktur kepada mahasiswa yang berkuliah di Tangerang. Untuk memperdalam pernyataan responden yang telah menjawab kuesioner, maka peneliti juga melakukan wawancara singkat pada beberapa responden. Sedangkan untuk mendukung penelitian, maka peneliti mendapatkan berbagai data sekunder melalui internet berupa jurnal ilmiah, artikel berita, data statistik, dan buku teori.

### 3.5 Variabel Penelitian

#### 1. Variabel Eksogen

Variabel eksogen merupakan variabel bebas, dimana variabel tersebut tidak dipengaruhi oleh variabel lain yang sifatnya laten (Hair et al., 2014). Variabel eksogen biasanya disebut juga sebagai variabel independen dan di lambangkan dengan bentuk lingkaran dengan panah menunjuk keluar dari variabel terkait.

#### 2. Variabel Endogen

Variabel endogen merupakan variabel terikat, yang tidak dapat berdiri sendiri, dan dipengaruhi oleh variabel lain. Arah panah yang berasal dari variabel eksogen menunjuk ke arah variabel endogen.

Dalam penelitian ini, terdapat 4 variabel eksogen, yaitu *Perceived Desirability (X1)*, *Entrepreneurial Leadership (X2)*, *Entrepreneurial Planning (X3)*, dan *Propensity to Act (X4)*. Kemudian, untuk variabel endogennya merupakan *Entrepreneurial Intention (Y)*.

### 3.6 Operasionalisasi Variabel

Pada penelitian ini, terdapat lima variabel yang akan diteliti, yaitu *Perceived Desirability (X1)*, *Entrepreneurial Leadership (X2)*, *Entrepreneurial Planning (X3)*, *Propensity to Act (X4)*, dan *Entrepreneurial Intention (Y)*. Indikator yang digunakan mengacu pada jurnal utama (Bui et al., 2020) yang berdasarkan pada definisi operasional masing-masing variabel. Skala yang digunakan merupakan skala likert dengan 5 poin, dimana angka 1 menunjukkan responden sangat tidak setuju hingga angka 5 yang menunjukkan bahwa responden sangat setuju terhadap pernyataan yang peneliti berikan.

**Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian**

No	Variable	Definisi Operasional	Pertanyaan Pengukuran	Jurnal Referensi	Teknik Pengukuran
1	<i>Entrepreneurial Intention</i>	Merupakan sebuah keadaan pikiran yang dibentuk sebelum sikap kewirausahaan terjadi dan sebuah komitmen untuk memulai bisnis.	<p>1. Saya memiliki pemikiran yang sangat serius untuk memulai sebuah wirausahawan</p> <p>2. Saya akan melakukan segala upaya untuk memulai dan menjalankan wirausaha saya sendiri</p> <p>3. Menjadi seorang wirausahawan akan memberikan kepuasan yang besar bagi saya</p> <p>4. Saya memiliki intensi yang kuat untuk memulai sebuah wirausaha suatu hari nanti</p>	Mandongwe & Jaravaza (2020)	<i>Likert 1-5</i>
2.	<i>Perceived</i>	Merupakan sebagai	1. Menurut saya menjadi seorang	Bui et al.	<i>Likert 1-5</i>

	<i>Desirability</i>	sejauh mana seorang individu merasa tertarik dan percaya diri ketika memulai bisnis.	wirausahawan adalah hal yang keren	(2020)	
			2. Saya tertarik untuk menjadi seorang wirausahawan		
			3. Jika saya memiliki peluang dan sumber daya, saya ingin memulai sebuah bisnis		
			4. Diantara semua pilihan, saya lebih suka menjadi seorang wirausahawan		
3.	<i>Entrepreneurial Leadership</i>	Merupakan kemampuan kepemimpinan dalam menghadapi perubahan, stres, dan kesulitan setiap individu.	1. Saya percaya dapat menginspirasi orang-orang yang telah mendengar visi bisnis saya dan sekarang sedang bekerja bersama saya	Bui et al. (2020)	<i>Likert 1-5</i>

			2. Saya percaya saya dapat bekerja secara produktif di bawah tekanan terus menerus dari pekerjaan		
			3. Saya percaya saya dapat menerima perubahan kondisi bisnis yang tidak terduga		
			4. Saya yakin saya dapat bertahan dalam menghadapi penurunan bisnis		
4.	<i>Entrepreneurial Planning</i>	Merupakan kemampuan untuk mencari dan merencanakan untuk memulai bisnis dengan mengidentifikasi peluang, sumber dana potensial, kreativitas, dan ide produk atau layanan.	1. Saya percaya saya dapat mengidentifikasi peluang bisnis baru	Bui et al. (2020)	<i>Likert 1-5</i>
			2. Saya yakin saya dapat mengidentifikasi pendanaan usaha baru yang potensial		

			3. Saya percaya bahwa saya dapat menciptakan produk atau layanan yang memenuhi kebutuhan pelanggan yang belum terpenuhi sebelumnya		
5.	<i>Propensity to Act</i>	Merupakan kecenderungan akan tindakan pribadi yang dilakukan secara sadar dan sengaja terkait pengambilan keputusan sendiri.	<p>1. Mulai atau tidaknya bisnis sangat tergantung pada kemampuan saya</p> <p>2. Saya bekerja keras agar dapat sukses memulai bisnis</p> <p>3. Hidup saya ditentukan oleh tindakan saya sendiri</p> <p>4. Dalam langkah-langkah operasional bisnis, saya cenderung mengambil keputusan sendiri</p>	Bui et al. (2020)	<i>Likert 1-5</i>

### 3.6 Teknik Analisis Data

#### 3.6.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

##### 1. Uji Validitas

Untuk mengetahui kemampuan indikator dalam menjelaskan karakteristik suatu fenomena yang diteliti, maka sebelum kuesioner disebar kepada seluruh sampel, harus diadakan pengujian validitas terlebih dahulu. Semakin tinggi validitas suatu indikator, maka pernyataan dalam kuesioner tersebut dapat mengidentifikasi karakteristik variabel dengan baik, dalam artian tidak ada kesalahan pengukuran yang digunakan pada setiap variabel (Malhotra et al., 2017). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan faktor analisis untuk mengolah data pre-test menggunakan aplikasi pengolah data statistik SPSS dengan ketentuan sebagai berikut:

**Tabel 3.2 Ukuran Validitas**

No	Ukuran Validitas	Definisi	Persyaratan Nilai
1	Kaiser Meyer-Olkin (KMO) Measure of Sampling Adequacy	Indeks yang digunakan untuk menilai tingkat kelayakan dalam analisis faktor.	Jika nilai $KMO \geq 0.50$ , menandakan bahwa analisis faktor dinyatakan valid, namun apabila nilai $KMO < 0,5$ maka analisis data dinyatakan tidak valid.
2	Barlett's test of sphericity	Indeks yang digunakan untuk menguji hipotesis,	Jika hasil uji nilai berada di angka $< 0.05$ , maka hubungan antar variabel signifikan.

		dan menilai ada atau tidaknya hubungan atau korelasi variabel dalam suatu populasi.	Sedangkan angka $> 0.05$ , maka tidak adanya hubungan yang signifikan antar variabel.
3	Anti Image Matrices	Indeks yang digunakan untuk menguji ada atau tidaknya hubungan negatif antar variabel.	Apabila nilai MSA = 1, maka variabel dapat diprediksi dan tidak terdapat kesalahan dalam variabel. Apabila $MSA \geq 0.5$ , maka variabel secara keseluruhan dapat diprediksi dan dianalisis lebih lanjut. Namun, apabila $MSA < 0.5$ , maka variabel dinilai tidak dapat diprediksi dan tidak dapat dianalisis lebih lanjut.
4	Factor Loading of Component Matrix	Indeks yang digunakan untuk mengukur hubungan antara indikator dengan variabel dan menentukan tingkat validitas setiap variabel.	Indikator dinyatakan valid apabila nilai faktor loading berada di angka 0,5 atau lebih. Apabila nilai faktor loading berada dibawah angka 0,5, maka indikator tidak membentuk faktor.

Sumber: Malhotra et al., 2017

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengetahui apakah adanya kekonsistenan dalam pengukuran data apabila dilakukan secara berulang kali. Survey dalam penelitian dapat dikatakan reliabel apabila hasil dari pengukuran sama dari waktu ke waktu. Data dapat dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach Alpha  $\geq 0,7$  (Hair et al., 2010).

### 3.6.2 Analisis Data Penelitian

#### 3.6.2.1 Regresi Linier Berganda

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode analisis regresi linear berganda. Metode analisis regresi linear berganda memiliki tujuan untuk mengetahui arah dan seberapa kuat hubungan antar dua variabel atau lebih serta melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018)

##### 1. Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukannya analisis regresi linear berganda, peneliti melakukan uji asumsi klasik terlebih dahulu. Uji asumsi klasik memiliki tujuan untuk memastikan agar koefisien regresi tidak bias serta konsisten dan memiliki ketepatan dalam estimasi (Ghozali, 2018). Dalam uji asumsi klasik, terdapat beberapa pengujian yang harus dilalui, yaitu uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji multikolinieritas. Setelah penelitian lolos dari uji asumsi klasik, maka estimator yang dihasilkan akan bersifat BLUE (Best, Linear Unbiased Estimator). Dimana artinya merupakan penelitian memiliki varians atau distribusi sampling tersempit, dan nilai harapan dari estimator

sama (Gauss, 1821; Graybill, 1976). Berikut merupakan beberapa uji asumsi klasik:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji yang bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi, variabel pengganggu maupun residual memiliki distribusi yang normal atau tidak (Ghozali, 2018). Model regresi yang baik memiliki pendistribusian secara normal maupun mendekati normal. Salah satu cara untuk melihat apakah model terdistribusi secara normal adalah dengan menggunakan uji statistik non parametric Kolmogorov-Smirnov (K-S). Dengan syarat berdistribusi normal dengan probabilitas lebih besar dari 0,05, sedangkan tidak berdistribusi normal dengan nilai kurang dari 0,5.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan pengujian untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Dapat dikatakan heteroskedastisitas apabila varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya berbeda, sebaliknya apabila sama maka disebut sebagai homoskedastisitas. Model regresi dapat dikatakan baik apabila dinyatakan homoskedastisitas. Untuk menguji ada atau tidaknya ketidaksamaan varians, terdapat beberapa cara seperti

Uji Plot, Uji Rank Spearman, Uji Park, Uji Glejser, dan lainnya. Untuk penelitian ini, peneliti menggunakan uji plot dengan melihat titik pada grafik plot yang menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Jika nilai signifikansi kurang dari 0,5 maka dinyatakan homoskedastisitas (Ghozali, 2018). Selain itu, peneliti juga menggunakan Uji Park dengan meregresikan nilai residual. Syarat dari Uji Park dilihat melalui nilai signifikan, nilai sig. masing-masing variabel yang diregresikan dengan nilai residual harus lebih besar dari 0.05.

c. Uji Multikolinieritas

Untuk mengetahui apakah terdapat korelasi antar variabel independen dalam model, maka peneliti melakukan uji Multikolinieritas. Model yang baik tidak memiliki korelasi antar variabel bebas, dan apabila variabel tersebut berkorelasi, maka variabel tersebut tidak ortogonal, yang berarti variabel independen dengan nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol (Ghozali, 2018).

Untuk mendeteksi apakah adanya korelasi atau tidak, maka dapat dilihat melalui nilai *tolerance* dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan variabel independen manakah yang dijelaskan variabel independen lainnya. Syarat dari uji ini adalah dengan memiliki nilai VIF <10 dan nilai

Tolerance >0,10 maka dapat dikatakan model tidak terjadi multikolinearitas (Ghozali, 2018).

### 3.7 Uji Hipotesis

Analisis regresi berganda merupakan alat uji yang digunakan untuk menguji suatu pengaruh antar variabel dependen dengan variabel independen. Analisis regresi ini bertujuan untuk mengetahui seberapa kuat pengaruh antara 2 variabel maupun lebih, serta melihat arah dari hubungan tersebut. Berikut merupakan persamaan dalam regresi ini:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + c$$

Keterangan:

- Y = *Entrepreneurial Intention*
- X1 = *Perceived Desirability*
- X2 = *Entrepreneurial Leadership*
- X3 = *Entrepreneurial Planning*
- X4 = *Propensity to Act*
- a = Konstanta
- b = Nilai Koefisien dari Regresi Linier
- c = Error

#### 3.7.1 Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Koefisien determinasi digunakan untuk menguji seberapa besar kemampuan model dalam mendeskripsikan variasi dari variabel dependen. Apabila nilai dari koefisien determinasi rendah, maka variabel independen menjelaskan variabel dependen dengan sangat terbatas. Namun, apabila mendekati angka 1, maka variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2018).

### 3.7.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh setiap variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan atau bersamaan (Ghozali, 2018). Dengan melakukan Uji F, maka dapat terlihat ketepatan dari sebuah model regresi dalam menjelaskan variabel dependen.

$$H_0: b_1 = b_2 = \dots = b_k = 0$$

Persamaan diatas diartikan sebagai variabel independen tidak berpengaruh positif secara simultan terhadap variabel dependen.

$$H_a: b_1 \neq b_2 \neq \dots \neq b_k \neq 0$$

Persamaan diatas diartikan sebagai variabel independen memiliki pengaruh positif secara simultan terhadap variabel dependen.

Berikut merupakan syarat yang menjadi tolak ukur dari Uji F:

1.  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima apabila nilai signifikansi F merupakan  $< 0.05$  dengan probabilitas 95%.
2.  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima apabila nilai F tabel  $> F$  hitung.

### 3.7.3 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji T)

Uji T digunakan untuk menguji pengaruh setiap variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial atau individual (Ghozali, 2018).

$$H_0: b_1 = 0$$

Persamaan diatas diartikan sebagai variabel independen tidak berpengaruh positif secara parsial terhadap variabel dependen.

$$H_a: b_1 \neq 0$$

Persamaan diatas diartikan sebagai variabel independen berpengaruh positif secara parsial terhadap variabel dependen.

Persamaan tersebut diartikan bahwa variabel independen menjadi penjelas terhadap variabel dependen.

1. Pengaruh *Perceived Desirability* (X1) terhadap *Entrepreneurial Intention* (Y)

H01:  $b_1 \leq 0$ , tidak terdapat pengaruh positif antara X1 terhadap Y.

Ha1:  $b_1 > 0$ , terdapat pengaruh positif antara X1 terhadap Y.

2. Pengaruh *Entrepreneurial Leadership* (X2) terhadap *Entrepreneurial Intention* (Y)

H02:  $b_2 \leq 0$ , tidak terdapat pengaruh positif antara X2 terhadap Y.

Ha2:  $b_2 > 0$ , terdapat pengaruh positif antara X2 terhadap Y.

3. Pengaruh *Entrepreneurial Planning* (X3) terhadap *Entrepreneurial Intention* (Y)

H03:  $b_3 \leq 0$ , tidak terdapat pengaruh positif antara X3 terhadap Y.

Ha3:  $b_3 > 0$ , terdapat pengaruh positif antara X3 terhadap Y.

4. Pengaruh *Propensity to Act* (X4) terhadap *Entrepreneurial Intention* (Y)

H04:  $b_4 \leq 0$ , tidak terdapat pengaruh positif antara X4 terhadap Y.

Ha4:  $b_4 > 0$ , terdapat pengaruh positif antara X4 terhadap Y.

Berikut merupakan syarat yang menjadi tolak ukur dalam Uji T:

1.  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima apabila nilai signifikansi T merupakan  $< 0.05$  dengan probabilitas 95%.
2.  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima apabila nilai T tabel  $>$  T hitung.