

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

##### 3.1.1 Ibu Rumah Tangga sebagai Pelaku UMKM di Indonesia

Berdasarkan data BPS 2022 menjelaskan penduduk Indonesia mencapai 275,8 juta penduduk dengan jumlah perempuan sebesar 49,52 persen (Dukcapil Kemendagri, 2022). Perempuan yang sudah menikah dan menjadi ibu rumah sebesar 35,86 persen menurut Survei Angkatan Kerja Nasional 2020 (Kemenpppa, 2020).

Perempuan terutama ibu rumah tangga memiliki potensi untuk mengembangkan usahanya sejalan dengan *target* pemerintah yang ingin meningkatkan jumlah kewirausahaan menjadi 4 persen (Kemenkopukm, 2021). Namun ibu Rumah Tangga dalam menjalankan usaha menghadapi persepsi sosial tentang peranan laki-laki dan perempuan yang pada akhirnya dapat mempengaruhi intensi perempuan khususnya ibu rumah tangga untuk memulai dan menjangankan kewirausahaan (Anggadwita et al. 2021).

Selain itu ibu rumah tangga juga menjalankan peran ganda untuk mengurus pekerjaan rumah dan melakukan aktivitas usaha yang membuat mereka seringkali kewalahan sehingga kesulitan untuk fokus mengembangkan usaha yang dijalani (Kartiko, 2022).

##### 3.1.2 DKI Jakarta

Daerah Khusus Ibukota Jakarta atau biasa dikenal dengan Jakarta adalah ibu kota negara dan kota terbesar di Indonesia. DKI Jakarta juga terkenal dengan sebutan *The Big Durian*. Provinsi DKI Jakarta memiliki luas daratan sebesar 661,52 km<sup>2</sup> dan luas lautan sebesar 6.977,5 km<sup>2</sup>. Provinsi DKI Jakarta secara administrasi terbagi menjadi 5 wilayah Kotamadya dan 1 Kabupaten Administrasi yaitu Jakarta Pusat, Jakarta Utara, Jakarta Barat, Jakarta Selatan, Jakarta Timur, dan Kabupaten Administrasi Kepulauan Seribu (BPK RI).

Jumlah penduduk Provinsi DKI Jakarta menurut Badan Pusat Statistik 2021 adalah 10.644.776 juta jiwa dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 5,34 juta jiwa dan perempuan sebanyak 5,26 juta jiwa (Annur, 2021).

DKI Jakarta juga terkenal sebagai pusat ekonomi dan keuangan Indonesia dengan pertumbuhan perekonomian Jakarta yang terus meningkat di kuartal kedua 2022 sebesar 5,59 persen, dibandingkan dengan kuartal satu 2022 sebesar 4,62 persen. Pertumbuhan ekonomi yang positif ini didorong oleh pertumbuhan sektor lapangan usaha sebesar 1,27 persen terhadap PDRB DKI Jakarta (Muhtarom, 2022).

Salah satu sektor yang mendorong pertumbuhan ekonomi adalah sektor UMKM. DKI Jakarta memiliki sebanyak 1.100.000 pelaku UMKM di tahun 2021 atau setara dengan 98,78 persen dari total jumlah usaha di DKI Jakarta (Rezqiana, 2021).

### **3.2 Desain Penelitian**

Menurut McCombes (2019), desain penelitian adalah kerangka kerja yang digunakan oleh peneliti untuk melakukan suatu penelitian. Kerangka kerja ini mencakup metode dan prosedur yang berguna untuk mengumpulkan, menganalisis, dan menafsirkan data.

#### **3.2.1 Jenis Desain Penelitian**

Menurut Nunan et al. 2020, terdapat dua jenis desain penelitian, yaitu:

##### **1. *Exploratory Research***

Desain penelitian eksplorasi dicirikan oleh proses penelitian yang fleksibel dan tidak memiliki struktur pasti namun dapat dikembangkan untuk memberikan wawasan tentang sebuah fenomena yang sedang terjadi. Temuan dalam penelitian ini bersifat sementara dan data analisisnya bersifat kualitatif maupun kuantitatif. Dalam menggunakan penelitian ini hanya dibutuhkan sampel yang kecil. Metode yang dapat

dilakukan dalam menggunakan desain ini adalah *expert surveys*, *pilot surveys*, data sekunder, wawancara kualitatif, dan lainnya.

## 2. **Conclusive Research**

Desain penelitian konklusif yang dicirikan oleh pengukuran suatu fenomena yang didefinisikan dengan jelas melalui uji hipotesis untuk mengukur setiap variabel yang diteliti. Temuan data dalam penelitian ini bersifat kuantitatif dengan proses penelitian yang bersifat formal dan terstruktur. Dalam menggunakan penelitian ini dibutuhkan sampel yang besar dan bertujuan representatif. Metode yang dapat dilakukan dalam menggunakan desain ini adalah survei, data sekunder, *database*, eksperimen, dan lainnya. Dalam penelitian konklusif ini memiliki dua jenis, yaitu:

### 1. **Descriptive Research**

Suatu jenis *conclusive design* yang memiliki tujuan utama untuk mendeskripsikan sesuatu, biasanya karakteristik atau fungsi pasar. Dalam *descriptive design* terdapat dua jenis yang terbagi berdasarkan dimensi waktu:

- **Cross-sectional design**

Suatu jenis desain penelitian yang melibatkan pengumpulan informasi dari setiap sampel elemen populasi yang diberikan hanya sekali.

- **Longitudinal design**

Jenis desain penelitian yang melibatkan sampel tetap dari elemen populasi yang diukur berulang kali. Sampel tetap sama dari waktu ke waktu, sehingga menghasilkan serangkaian gambar yang, jika dilihat bersama, menggambarkan situasi dan perubahan yang terjadi dengan jelas.

## 2. Causal Research

Suatu jenis *conclusive design* di mana tujuan utamanya adalah untuk mendapatkan bukti mengenai hubungan sebab-akibat (kausal).

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan jenis desain *conclusive design* dengan tipe *descriptive research* untuk memperoleh variabel apa saja diantara *social-culture environement, social perception, entrepreneurial orientation* yang mampu mempengaruhi *women's entrepreneurial intention*. Kemudian peneliti juga menggunakan *cross-sectional tunggal design* untuk pengumpulan sampel dari sampel elemen populasi yang sudah di tertentu yang diberikan hanya sekali.

### 3.2.2 Metode Penelitian

Menurut Nunan et al. 2020, terdapat dua metode penelitian, yaitu:

#### 1. *Quantitative Research Method*

Metode penelitian digunakan untuk mengukur data dan menerapkan beberapa bentuk analisis statistik. Metode ini dapat digunakan untuk meyakinkan jawaban atas hipotesis tertentu. Umumnya dalam mengambil sampel dengan penelitian ini dilakukan secara random.

#### 2. *Qualitative Research Method*

Metode penelitian kualitatif merupakan eksplorasi yang tidak terstruktur berdasarkan sampel kecil dengan tujuan memberikan wawasan, kedalaman, dan pemahaman. Metode ini dapat digunakan untuk menyajikan deskripsi terperinci yang tidak dapat diukur dengan cara yang dapat diukur. Kualitatif digunakan untuk menganalisis objek atau fenomena penelitian individu atau kelompok melalui sikap, persepsi orang, dan aktivitas sosial.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif karena dalam mengumpulkan data disebarkan dalam bentuk kuisioner dan data yang dihasilkan berbentuk angka.

### **3.3 Populasi dan Sampel Penelitian**

#### **3.3.1 Populasi**

Populasi adalah kumpulan elemen atau objek yang mengandung informasi yang dicari oleh peneliti untuk membuat kesimpulan yang berkaitan dengan penelitian. Target populasi didefinisikan dalam hal elemen, unit *sampling*, luas dan waktu (Nunan et al. 2020). Target populasi dalam penelitian ini adalah ibu rumah tangga yang memiliki kegiatan usaha UMKM yang berdomisili di DKI Jakarta.

#### **3.3.2 Sampling Unit**

*Sampling unit* adalah unit yang mengandung elemen yang berguna untuk dipilih pada beberapa tahap proses pengambilan sampel (Nunan et al. 2020). *Sampling unit* dalam penelitian ini adalah ibu rumah tangga yang memiliki kegiatan usaha UMKM yang berdomisili di DKI Jakarta.

#### **3.3.3 Teknik Sampling**

##### **3.3.3.1 Non-Probability Sampling**

Menurut Nunan et al. (2020), *non-probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang mengandalkan penilaian pribadi peneliti dari pada menggunakan prosedur pemilihan. Dalam *non-probability sampling* terdapat empat jenis *sampling*, yaitu:

### **1. Convenience sampling**

*Sampling* yang mengukur sejauh mana skala berkorelasi positif dengan ukuran lain dari konstruk yang sama. *Sampling* ini merupakan *Sampling* paling mudah dan menghemat waktu. Unit *sampling* mudah diakses dan diukur serta kooperatif.

### **2. Judgemental sampling**

*Sampling* yang elemen populasinya dipilih berdasarkan penilaian peneliti untuk dimasukkan ke dalam sampel karena elemen tersebut diyakini dapat mewakili populasi yang diinginkan.

### **3. Quota sampling**

*Sampling* penilaian terbatas dalam dua tahap yaitu tahap pertama mengembangkan kategori kontrol atau kuota elemen populasi. Tahap kedua memilih elemen sampel berdasarkan penilaian.

### **4. Snowball sampling**

*Sampling* ini dilakukan dalam beberapa tahap. Pertama, peserta awal dipilih secara acak kemudian peserta selanjutnya dipilih berdasarkan rujukan yang diberikan oleh peserta awal. Dengan mendapatkan rujukan dari rujukan akan menghasilkan efek *snowball* atau bergelombang.

#### **3.3.3.2 Probability Sampling**

Menurut Nunan et al. (2020), *probability sampling* adalah prosedur pengambilan sampel di mana setiap elemen populasi memiliki peluang probabilistik tetap untuk dipilih sebagai sampel. Dalam *probability sampling* terdapat 4 jenis *sampling*, yaitu:

##### **1. Simple Random Sampling**

Teknik *sampling* yang dilakukan dengan cara memilih setiap elemen secara independen dari setiap elemen lainnya dan

mengambil dengan prosedur acak dari kerangka sampling sehingga setiap elemen memiliki probabilitas pemilihan yang diketahui dan sama.

## 2. ***Systematic Sampling***

Teknik *sampling* yang dilakukan dengan memilih titik awal acak, kemudian mengambil setiap elemen secara berurutan dari dalam kerangka *sampling* yang sudah dipilih.

## 3. ***Stratified Sampling***

*Sampling* dilakukan dengan dua langkah untuk membagi populasi menjadi subpopulasi berikutnya. Selanjutnya elemen dipilih menggunakan prosedur acak dari setiap strata.

## 4. ***Cluster Sampling***

Teknik *sampling* dilakukan dengan dua langkah menggunakan *cluster* yang merupakan populasi target pertama yang dibagi menjadi subpopulasi yang saling eksklusif dan lengkap secara kolektif. Kemudian berdasarkan teknik *sampling* probabilitas seperti SRS, sampel acak dari *cluster* dipilih. setiap *cluster* yang dipilih, baik semua elemen termasuk dalam sampel, atau sampel elemen diambil secara probabilistik.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *non-probability sampling* karena peneliti pengambilan sampel yang mengandalkan penilaian pribadi peneliti dari pada menggunakan prosedur pemilihan dengan menentukan sendiri responden yang sesuai dengan kriteria.

Kemudian peneliti juga menggunakan teknik *judgemental sampling* dengan menentukan elemen populasi berdasarkan penilaian peneliti untuk dimasukkan ke dalam sampel yaitu ibu rumah tangga yang memiliki kegiatan usaha UMKM yang berdomisili di DKI Jakarta.

### 3.3.4 *Sampling Size*

Ukuran sampel mengacu pada jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian (Malhotra et al. 2019). Pada penelitian ini, peneliti mengukur *sampling size* berdasarkan jumlah indikator yang digunakan dalam kuesioner. Jumlah indikator yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 5, sehingga jumlah sampel minimal yang harus digunakan dalam penelitian ini sebanyak  $30 \times 5$ , yaitu 150 responden.

## 3.4 Teknik Pengumpulan Data

### 3.4.1 Sumber Data

Terdapat dua sumber data penelitian, yaitu *primary* data dan *secondary* data. Data primer mengacu pada informasi yang dikembangkan atau dikumpulkan oleh peneliti khusus untuk proyek penelitian yang ada. Sedangkan data sekunder sebelumnya telah dikumpulkan oleh orang lain selain peneliti untuk tujuan lain selain proyek penelitian yang ada. (Burn et al. 2019)

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua metode pengumpulan data yaitu data primer dan data sekunder. Penggunaan data primer sebagai sumber data utama yang dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan secara *online* dan *offline* ke responden yang telah ditentukan dan penggunaan data sekunder sebagai data pendukung yang dikumpulkan dari jurnal terdahulu, artikel, buku ilmiah, dan informasi bersumber dari internet.

### 3.4.2 Periode Penelitian

Peneliti dalam melakukan penelitian membutuhkan waktu selama 4 bulan. Dimulai dari mencari permasalahan, mencari jurnal utama, membuat rumusan masalah, mengumpulkan dan mengelola data, menganalisis data serta terakhir membuat kesimpulan dan saran. Penulis menyebarkan kuesioner mulai dari tanggal 11 November 2022 - 3 Desember 2022.

### 3.4.3 Proses Penelitian

Dalam melakukan penelitian, peneliti menjalani beberapa tahap proses penelitian sebagai berikut:

1. Peneliti mencari permasalahan atau fenomena yang sedang terjadi yang dapat di jadikan sebagai topik penelitian. Kemudian mencari data sekunder sebagai data pendukung penelitian melalui jurnal, artikel, buku ilmiah, berita, dan informasi yang ada di internet.
2. Penulis mencari jurnal utama sebagai jurnal acuan untuk membuat indikator pertanyaan kuesioner penelitian.
3. Penulis menyebarkan kuesioner *pre-test* kepada 31 responden untuk melakukan uji validitas dan reabilitas agar dapat diketahui measurement yang digunakan sudah tepat, dipahami oleh responden dan layak digunakan dalam penelitian.
4. Setelah melakukan *pre-test*, penulis penyebaran kuesioner *main-test* kepada 172 responden yang telah dituju secara *online* dan *Offline* melalui *google form*.
5. Penulis mengelola data yang sudah di dapat dari responden dengan menggunakan *software* IBM SPSS versi 26 untuk menguji setiap hipotesis yang telah dibuat.
6. Penulis menganalisis data dan membuat kesimpulan serta saran.

### 3.4.4 Skala Pengukuran

Menurut Malhotra (2020), skala *likert* adalah pengukuran dengan menggunakan lima kategori respons mulai dari “sangat tidak setuju” hingga

“sangat setuju”. Responden harus menjawab dengan menunjukkan tingkat setuju atau tidak setuju untuk setiap rangkaian pernyataan yang terkait dengan stimulus objek. Dalam penelitian ini, peneliti penyebaran kuisioner atas indikator pertanyaan menggunakan skala *likert* 1-5 yang menunjukkan mulai dari “sangat tidak setuju” hingga “sangat setuju” sebagai pengukur melalui skor numerik yang telah dilakukan.

### 3.5 Operasionalisasi Variabel

Dalam penelitian ini, terdapat indikator variabel operasional yang diperoleh peneliti dari jurnal utama (Anggadwita et al. 2021). Peneliti melakukan penelitian pada 4 variabel, yaitu *womens entrepreneurial intentions*, *entrepreneurial orientation*, *socio-cultural environment*, dan *social perceptions*. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert 5 poin dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju.

**Tabel 3.1 Tabel Operasional Variabel Penelitian**

No	Variabel	Definisi Operasional	Dimensi	Pertanyaan Pengukur	Teknik Pengukuran
1	<i>Women Entrepreneurial Intention</i>	Menurut Anggadwita dan Dhewanto (2016), <i>women entrepreneurial intention</i> adalah niat yang dimiliki oleh perempuan dalam mengidentifikasi peluang di lingkungan mereka dan berani mengambil resiko dengan berpartisipasi dalam kegiatan wirausaha untuk menggabungkan sumber daya dengan cara yang unik.	Memiliki tujuan menjadi pengusaha	<p>Saya memiliki tujuan untuk menjadi pengusaha.</p> <p>Saya siap melakukan apa saja untuk menjadi pengusaha.</p> <p>Saya memiliki niat yang kuat untuk memulai sebuah bisnis.</p> <p>Saya bertekad untuk memulai sebuah bisnis.</p> <p>Saya melakukan segala upaya untuk memulai dan menjalankan bisnis saya.</p> <p>Saya memiliki pemikiran yang sangat serius untuk memulai sebuah bisnis.</p> <p>Saya menjalankan bisnis untuk menghasilkan banyak uang.</p> <p>Saya dapat memenuhi kebutuhan ekonomi dengan menjadi pengusaha.</p>	1-5 <i>likert scale</i>

				Saya dalam menjalankan bisnis berusaha menjaga keseimbangan antara bisnis dan kehidupan pribadi.	
2	<i>Entrepreneurial Orientation</i>	Menurut Martens et al. (2018), <i>entrepreneurial orientation</i> adalah bentuk strategis dari suatu perusahaan yang berkaitan dengan kebijakan dan praktik dasar untuk pengembangan tindakan kewirausahaan yang berusaha menciptakan keunggulan kompetitif.	Innovativeness	<p>Saya antusias dalam mencoba ide-ide bisnis baru.</p> <p>Dalam menjalankan bisnis saya mencoba melakukan hal-hal yang mungkin tidak terpikirkan oleh orang lain.</p> <p>Saya berusaha membuat keputusan bisnis yang orang lain sebut “inovatif”.</p> <p>Saya mencoba memulai bisnis yang baru dan tidak biasa.</p> <p>Saya mencoba menjalankan bisnis dengan cara unik saya sendiri.</p> <p>Saya mendukung segala eksperimen yang berkaitan dengan bisnis.</p> <p>Dalam menjalankan bisnis saya lebih memilih pendekatan yang unik</p>	1-5 <i>likert scale</i>
		Proactiveness	<p>Saya sudah merencanakan proyek bisnis di masa depan.</p> <p>Saya mengambil langkah tindakan untuk mengantisipasi masalah, perubahan, atau kebutuhan yang akan saya alami dalam menjalankan bisnis di masa depan.</p> <p>Saya lebih memilih langsung mengeksekusi ide bisnis yang saya miliki dan mendapatkan pembelajaran serta pengalaman baru sebelum ide bisnis dikerjakan oleh orang lain.</p>		
		Risk Taking	Saya melakukan sesuatu yang menantang dalam menjalankan bisnis.		

				<p>Saya berani mengambil resiko dalam menjalankan bisnis.</p> <p>Saya menggunakan kreativitas dalam menjalankan bisnis.</p> <p>Saya berani mengambil keputusan untuk masuk ke bidang baru yang belum saya kuasai.</p> <p>Saya berani menginvestasikan waktu dan uang dalam memulai dan menjalankan bisnis untuk menghasilkan keuntungan yang tinggi.</p>	
3	<i>Socio-Cultural Environment</i>	Menurut Anggadwita dan Dhewanto (2016) dalam (Anggadwita et al. 2021), <i>socio-cultural environment</i> adalah perpaduan antara faktor sosial dengan faktor budaya yang dibatasi oleh komunikasi lintas budaya dan pola perilaku lainnya.	<p>Uncertainty Avoidance</p> <p>Collectivisme</p> <p>Masculinity</p>	<p>Saya mengaplikasikan ilmu manajemen dalam menjalankan bisnis.</p> <p>Dalam menjalankan bisnis terdapat aturan pemerintah yang membatasi.</p> <p>Saya merasakan adanya daya tarik yang kuat ke pasar yang kompetitif.</p> <p>Dalam menjalankan bisnis saya percaya pada keputusan yang diambil secara bersama-sama.</p> <p>Saya merasa bekerjasama adalah budaya kekerabatan dalam masyarakat.</p> <p>Saya merasa dalam menjalankan bisnis terdapat status sosial yang besar.</p> <p>Saya merasa memiliki toleransi yang tinggi di terhadap lingkungan sosial di sekitar saya.</p> <p>Saya merasa terdapat potensi kewirausahaan dalam budaya lokal.</p> <p>Saya merasa merasakan adanya hubungan dan kondisi kerja yang baik.</p>	1-5 likert scale

			<p>Saya merasa terdapat kesetaraan dan solidaritas dalam berbisnis.</p> <p>Saya merasa adanya sifat tegas, agresif, dan kompetitif dalam menjalankan usaha,</p> <p>Saya merasa berbisnis memiliki tingkat stres kerja yang lebih tinggi dibandingkan bekerja biasa.</p>	
4	<i>Social Perceptions</i>	Menurut Anggadwita et al. 2021, <i>Social perceptions</i> merupakan proses dalam diri individu yang menunjukkan organisasi dan menginterpretasi orang lain sebagai objek sehingga <i>social perceptions</i> lebih mengarah pada persepsi manusia berdasarkan pengalaman dan pembelajaran yang ia dapatkan di masa lalu yang berkaitan dengan orang, benda, atau peristiwa yang serupa.	<p>Saya mendapatkan dukungan dari keluarga saya dalam menjalankan sebuah bisnis.</p> <p>Saya mendapatkan dukungan dari teman-teman saya dalam menjalankan sebuah bisnis.</p> <p>Saya mendapatkan dukungan dari orang-orang di lingkungan sekitar saya dalam menjalankan sebuah bisnis.</p>	1-5 <i>likert scale</i>

### 3.6 Teknik Analisis Data

#### 3.6.1 Uji Validitas *Pre-Test* dan *Main-Test*

Menurut Ghazali (2018), Peneliti melakukan uji validitas untuk menguji valid atau tidaknya suatu indikator di setiap variabel dalam penelitian. Uji ini akan mengukur kuesioner yang ada valid atau tidak bergantung pada apakah pertanyaan kuesioner dapat mengukur sesuatu yang ingin di ukur dalam penelitian ini.

Dalam penelitian validitas, pertanyaan di dalam kuisisioner akan di ukur melalui:

- Uji *confirmatory factor analysis* (CFA) yang akan menguji indikator pertanyaan yang digunakan dalam penelitian dapat mengkonfirmasi sebuah variabel. Jika setiap indikator teridentifikasi sebagai indikator pengukur variabel maka akan memiliki nilai *loading factor*

yang tinggi. Nilai *loading factor* harus  $> 0,5$  agar dapat terindikasi *valid*.

- Uji Kaise-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO). Uji ini dilakukan untuk menguji tingkat interkorelasi antar variabel dan dapat tidaknya dilakukan analisis faktor. Cara menguji KMO adalah dengan menggunakan Nilai KMO harus  $> 0,5$  agar bisa dilakukannya analisis faktor.
- Uji validitas dapat dilihat dari nilai signifikannya juga, nilai signifikan harus  $< 0,05$  agar indikator pertanyaan dapat dinyatakan *valid*.

### **3.6.2 Uji Reliabilitas *Pre-Test* dan *Main-Test***

Menurut Sugiyono (2017), uji reabilitas adalah uji untuk mengukur kuesioner yang berisi dengan indikator variabel pertanyaan dalam sebuah penelitian. Suatu indikator dapat dikatakan reliabel jika jawaban responden konsisten dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas dapat diukur menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ). Uji reabilitas dengan hasil *Cronbach Alpha*  $> 0.60$  maka indikator dalam variabel akan dinyatakan reliabel.

### **3.6.3 Analisis Data Penelitian**

#### **3.6.3.1 Uji Asumsi Klasik**

##### **3.6.3.1.1 Uji Multikolonieritas**

Menurut Ghozali (2018), uji multikolonieritas dilakukan untuk menguji apakah terdapat korelasi antar variabel bebas. Sebaiknya dalam suatu penelitian, antar variabel bebas yang dimiliki tidak terjadi korelasi karena jika berkorelasi akan mengindikasikan antar variabel bebas tersebut tidak orthogonal.

Dalam menguji uji multikolonieritas untuk mengetahui apakah ada atau tidak indikasi multikolonieritas dengan cara mengetahui nilai *tolerance*

yang biasanya digunakan untuk mengindikasikan adanya multikolinieritas yaitu  $< 0.10$ . Selanjutnya ada nilai *variance inflation factor* (VIF) yang bisa digunakan untuk mengindikasikan adanya multikolinieritas yaitu  $> 10$ .

Nilai *tolerance* yang rendah sama berarti dengan nilai VIF yang tinggi, hal ini menunjukkan karena nilai *tolerance* melakukan pengukuran variabilitas variabel independen yang tidak dijabarkan oleh variabel lain. Jadi suatu variabel dapat dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas jika nilai *tolerance*  $< 0.10$  dan nilai VIF  $> 10$ .

#### 3.6.3.1.2 Uji Normalitas

Menurut Ghazali (2018), uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam metode regresi, variabel residual terdistribusi normal. Dalam uji ini untuk mengetahui apakah terdapat variabel residu terdistribusi normal atau tidak, dapat dilakukan melalui dua cara yang pertama adalah Analisis Grafik.

Analisis grafik berupa Grafik Histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Jika penyebaran data disekitar grafik histogram tidak menceng ke atas ataupun ke kiri menunjukkan model regresi dalam penelitian memenuhi asumsi normalitas.

Selain itu uji normalitas melalui analisis grafik juga dapat dilihat dari Grafik Normal *Plot*. Jika penyebaran titik-titik pada grafik *plot* tetap mengikuti garis diagonal menunjukkan model regresi dalam penelitian memenuhi asumsi normalitas. Sebaliknya jika penyebaran titik-titik menyebar jauh dari garis diagonal maka dapat dikatakan bahwa model regresi dalam penelitian tidak memenuhi asumsi normalitas.

Uji normalitas melalui uji Kolmogorov Smirnov. Uji ini dapat dilakukan dengan cara melihat nilai *kurtosis* dan *skewness* dari residual. Jika nilai signifikannya lebih besar dari 0,005 maka menunjukkan model regresi dalam penelitian terdistribusi normalitas.

### 3.6.3.1.3 Uji Heteroskedastisitas

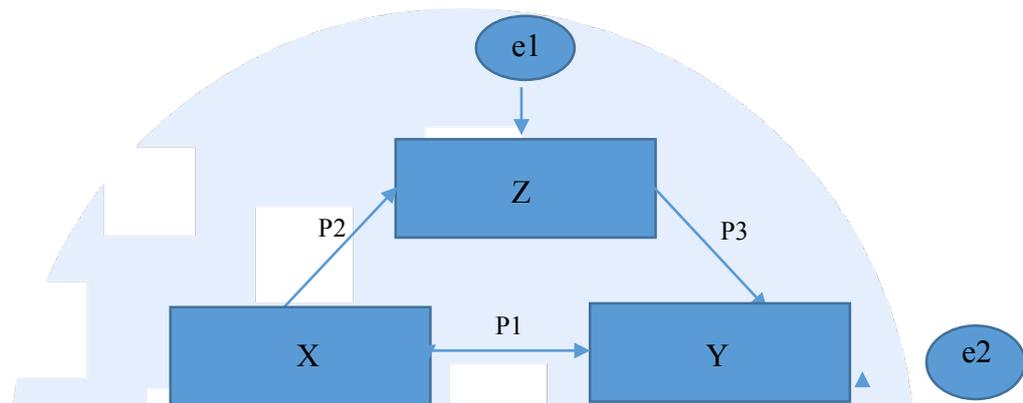
Menurut Ghozali (2018), uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi heteroskedastisitas atau tidak. Grafik Plot antara nilai prediksi variabel dependen dengan ZPRED dan residunya SRESID. Dalam uji ini untuk mengetahui adanya atau tidak adanya heteroskedastisitas dapat dilihat dari grafik *scatterplot*.

Jika titik-titik dalam grafik menyebar dengan rata dan tidak membentuk suatu pola tertentu sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas. Sebaliknya jika terindikasi titik-titik dalam grafik membentuk pola maka dapat disimpulkan terjadi heteroskedastisitas.

Selain itu, dapat juga di uji melalui uji Glejser yang bertujuan untuk mengregres nilai absolut residual terhadap variabel independen dengan persamaan regresi (Gujarati (2003) dalam Ghozali, 2018). Jika hasil uji Glejser nilainya lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

### 3.6.3.2 Analisis Jalur

Menurut Ghozali (2018), analisis jalur digunakan untuk menguji pengaruh variabel *intervening* dalam sebuah penelitian. Analisis jalur dapat dimanfaatkan untuk menguji hubungan antar tiga atau lebih variabel dan tidak dapat digunakan dalam mengkonfirmasi atau menolak hipotesis kasualitas imajiner. Analisis jalur sebenarnya merupakan perluasan dari analisis regresi linier berganda. Melalui analisis jalur, peneliti dapat mengetahui pengaruh langsung suatu variabel independen terhadap variabel dependen dan mengetahui pengaruh tidak langsung suatu variabel independen terhadap variabel dependen yang dimediasi oleh variabel *intervening*.



Gambar 3.1 Model Analisis Jalur  
Sumber: Ghozali (2016)

Berdasarkan gambar 3.1 menjelaskan model analisis jalur bahwa X memiliki hubungan langsung dengan Y (p1), X juga memiliki hubungan tidak langsung dengan Y dari X ke Z (p2), baru kemudian ke Y(p3).

Pengaruh langsung X ke Y	= p1
Pengaruh tidak langsung X ke Z ke Y	= p2 x p3
Total pengaruh	= p1 + (p2 x p3)

Kemudian akan ada anak panah yang menjelaskan jumlah *variance* yang tidak dapat dijelaskan menuju ke variabel ini dan ini. Melalui gambar diatas, dapat terlihat anak panah e1 ke Z berfungsi menunjukkan jumlah *variance* variabel Z yang tidak dijelaskan oleh X. Besarnya nilai  $e1 = \sqrt{1 - R^2}$ . Begitu pula dengan anak panah e2 ke Y berfungsi menunjukkan *variance* Y tidak dapat dijelaskan oleh variabel X dan Z.  $e2 = \sqrt{1 - R^2}$ . Koefisien jalur adalah *standardized* koefisien regresi dengan membuat persamaan regresi yang menunjukkan hubungan yang dihipotesiskan.

Selanjutnya untuk mengetahui pengaruh variabel mediasi signifikan atau tidak akan diuji melalui *sobel test* sebagai berikut:

$$Sp2p3 = \sqrt{p3^2 Sp2^2 + p2^2 Sp3^2 + Sp2^2 Sp3^2}$$

Hasil dari  $Sp2p3$  akan digunakan untuk menghitung nilai t statistic, sebagai berikut:

$$T = \frac{p^2 p_3}{Sp^2 p_3}$$

### 3.6.3.3 Uji Koefisien Determinasi

Menurut Ghozali (2018), uji koefisien determinasi digunakan untuk menguji goodness-fit dari model regresi dalam sebuah variabel. Dalam ini ini dapat dilihat melalui nilai  $R^2$  yang akan menunjukkan seberapa besar variabilitas variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabilitas variabel independen.

### 3.6.3.4 Uji Pengaruh Simulan (F-test)

Menurut Ghozali (2018), uji F-test digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara bersama-sama. Dalam menguji F-test, nilai F hitung harus lebih besar dari F tabel atau F hitung  $>$  F tabel sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen secara bersama-sama mengaruhi variabel dependen.

## 3.7 Uji Hipotesis

Menurut Ghozali (2018), menjelaskan uji hipotesis digunakan untuk melihat nilai signifikan pengaruh antara variabel dengan variabel lainnya menggunakan menggunakan cara sebagai berikut::

### 1. T-test

T-test digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam menguji T-test, s nilai T hitung harus lebih besar dari T tabel atau T hitung  $>$  T tabel sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel signifikan.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA