

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**

Objek penelitian diartikan sebagai atribut, sifat, atau nilai dari seseorang. Umumnya, objek penelitian yang dipilih dalam sebuah penelitian memiliki serangkaian karakteristik yang variatif (Sugiyono, 2017). Karakteristik-karakteristik ini yang akan ditetapkan oleh peneliti untuk selanjutnya diteliti. Dalam penelitian ini, yang menjadi objek penelitian adalah Generasi Z.

##### **3.1.1 Generasi Z**

Generasi Z atau disingkat Gen Z merupakan kelompok manusia berdasarkan generasi yang lahir pada periode atau rentang tahun 1997-2012 (Badan Pusat Statistik, n.d.). Artinya, gen Z adalah sekelompok orang yang di tahun 2023 ini berusia 11-26 tahun.

Generasi Z merupakan generasi terbesar yang pernah ada di dunia ini. Hampir 30% populasi di dunia merupakan Generasi Z. Artinya, sekitar 2 miliar penduduk dunia termasuk ke dalam generasi ini (McCrindle, n.d.). Di Indonesia sendiri, jumlah penduduk didominasi oleh Generasi Z, dengan proporsi generasi sebesar 27,94% dari total penduduk Indonesia (Humas, 2021).

Generasi Z adalah generasi global pertama yang terbentuk di abad ke-21, generasi yang terhubung melalui perangkat digital dan terlibat melalui media sosial (McCrindle, n.d.). Mendukung penjelasan sebelumnya, Hoque (2018) mendeskripsikan Gen Z sebagai *post-millennials*, generasi media sosial, *digital natives*, *dotcom-children*, generasi digital. Oleh karena itu, Gen Z identik dengan kemajuan teknologi, pendewasaan dini, dimanjakan, diberdayakan dan sumber jaringan (Ensari, 2017).

Generasi Z dikelilingi oleh teknologi digital sejak masa kanak-kanak karena lahir di era digital. Oleh karena itu, sebutan lain dari Gen Z juga

adalah *internet generation* dan *network youth*. Gen Z memiliki tingkat sinkronisasi keterampilan motorik (tangan, mata, telinga dan lain sebagainya) tertinggi sepanjang sejarah. Sejak Gen Z terbiasa dengan komunikasi jarak jauh, maka generasi ini secara fisik dapat tinggal sendiri dan seterusnya memungkinkan akan begitu. Termasuk ke dalam generasi dengan keterampilan motorik tertinggi, Gen Z juga diharapkan dapat menjadi generasi yang sangat berkualitas, ahli dan inventif (Ensari, 2017).

Ensari (2017) menjelaskan dalam penelitiannya bahwa Generasi Z yang baru saja memasuki fase bekerja memiliki rata-rata penilaian yang rendah terhadap *extraversion and healthy communication skills, confidence, success needs* dan *locus of control* jika dibandingkan dengan beberapa generasi sebelumnya. Hasil penelitian tersebut berujung kepada kesimpulan bahwa Gen Z memiliki tingkat *entrepreneurial potential* yang rendah. Menambahkan penjelasan tentang Gen Z yang disampaikan oleh Ensari (2017), Hossain, Tabash, Siow, Ong dan Anagreh (2023) menyampaikan secara empiris bahwa perilaku mahasiswa pada Gen Z terhadap *entrepreneurial activities* atau *decisions* dipengaruhi oleh konstruk sosial-psikologi.

Generasi Z menjadi objek penelitian karena selain mendominasi penduduk atau populasi di Indonesia dan di dunia, generasi ini juga memiliki tingkat niat kewirausahaan atau *entrepreneurial intention* yang masih relatif rendah atau belum terealisasi. Meskipun sebenarnya di Indonesia sendiri minat karir menjadi wirausahawan menempati posisi kedua yaitu sebanyak 35% dari anak muda memilih untuk menjadi pengusaha (Kasih, 2022) dan survei lain juga menunjukkan bahwa 73% anak muda di Indonesia ingin menjadi pengusaha atau pebisnis (Karang, 2022), namun masih belum diketahui faktor apa yang sebenarnya dapat memengaruhi dan meningkatkan *entrepreneurial intention* pada Gen Z ini. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan terhadap Gen Z, yaitu untuk mengetahui pengaruh beberapa faktor yang dapat memengaruhi *entrepreneurial intention* pada Generasi Z seperti tiga komponen dari

*Theory of Planned Behavior: personal attitudes towards entrepreneurship, subjective norms dan perceived behavioral control.*

### **3.1.2 Karakteristik Generasi Z**

Seringkali dianggap sebagai generasi baru yang sering diperbincangkan, memahami dan mendefinisikan ciri-ciri atau karakteristik-karakteristik dari Gen Z dapat menjadi kunci utama bagi para pembuka lapangan kerja, tokoh pekerja, atau pemimpin ekonomi untuk melihat, menarik, mempertahankan dan bahkan terlibat dengan generasi ini (McCrindle, n.d.). Dengan mempelajari karakteristik Gen Z, dapat diketahui pula minat karir seperti niat kewirausahaannya. Berikut adalah beberapa karakteristik dari Generasi Z (McCrindle, n.d.):

#### **1. Digital**

Gen Z merupakan integrator digital. Generasi ini mampu mengintegrasikan teknologi dengan halus ke dalam aktivitas kehidupannya. Menurut generasi ini, digital dianalogikan sebagai udara yang setiap hari dihirupnya karena sangat bersentuhan dengan gaya hidup maupun caranya berhubungan dengan dunia.

#### **2. Global**

Gen Z merupakan generasi pertama yang dapat menjangkau dunia dari jarak jauh atau tanpa perlu berada di sebuah lokasi. Dengan kata lain, benar-benar mendunia. Melalui perkembangan teknologi yang ada, globalisasi, dan keberagaman budaya dari banyak zaman, beragam industri seperti *fashion*, *culinary*, hiburan digital dan tren sosial dapat dengan mudah mendunia atau menjangkau masyarakat dunia. Tidak seperti sebelumnya.

#### **3. Sosial**

Lebih dari generasi lainnya, anak muda sekarang ini sangat terhubung dan dipengaruhi oleh lingkungan dimana dirinya berada. Situasi tersebut mungkin terjadi karena adanya keberadaan media sosial seperti Facebook dan Instagram, di mana Gen Z dipengaruhi oleh jaringan yang

lebih dari angka dan letak geografis. Berbasis teknologi, jaringan Gen Z dalam bersosialisasi dapat dikatakan tidak ada batas waktu.

#### 4. *Mobile* atau *Remote*

Gen Z tidak hanya *mobile* dalam hal penggunaan teknologi secara konstan, namun juga dalam hal tempat tinggal, pekerjaan dan karir.

#### 5. Visual

Meskipun Google memiliki 3,5 juta pencarian per hari, namun hampir lima miliar video ditonton melalui Youtube setiap harinya. Generasi Z sebagai generasi baru, lebih memilih untuk menonton video rangkuman tentang sebuah isu ketimbang membaca artikel yang membahas isu tersebut.

### 3.1.3 Fakta Tentang Generasi Z

Menurut McCrindle (n.d.) terdapat beberapa fakta tentang Gen Z yang dapat merangkum generasi ini dengan singkat, jelas dan padat. Berikut adalah fakta-faktanya:

1. Dikenal sebagai “*generation connected* (generasi terhubung)” atau “*dot com kids* (generasi internet)”.
2. Satu dari dua orang di generasi ini diprediksikan memperoleh gelar sarjana.
3. Di tahun 2025, mampu berkontribusi menjadi angkatan kerja hingga 27% dari total penduduk.
4. Diprediksi akan mengerjakan 18 pekerjaan dalam 6 karir dan tinggal di 15 rumah selama rentan waktu hidupnya.
5. Terdapat 2.000.000.000 Gen Z di dunia.
6. Menggunakan bahasa gaul atau *slang* seperti “*Fam*”, “*FOMO*”, atau “*YOLO*”.

## 3.2 Desain Penelitian

Desain penelitian atau *research design* dibutuhkan dalam penelitian karena merupakan sebuah rencana penelitian yang terdiri dari serangkaian aktivitas seperti

mengumpulkan, mengukur, menganalisis data yang digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian (Sekaran & Bougie, 2016). Sederhananya, Malhotra, Nunan dan Birks (2017) mendefinisikan desain penelitian sebagai kerangka kerja atau perencanaan dalam membuat suatu penelitian.

Di dalam desain penelitian, terdapat rincian dari prosedur atau tahapan-tahapan untuk memperoleh informasi atau data yang dibutuhkan dalam menyusun dan menyelesaikan masalah penelitian (Malhotra et al., 2017). Oleh karena itu, desain penelitian biasanya mencakup metode pengumpulan data, populasi dan jenis sampel (*sampling design*), cara mengukur variabel (*measurement*), serta teknik analisis data maupun teknik uji hipotesis penelitian (*data analysis*) (Sekaran & Bougie, 2016).

### **3.2.1 Jenis Penelitian**

Cooper dan Schindler (2014) menjelaskan bahwa terdapat dua jenis penelitian yang dapat digunakan dalam melakukan sebuah penelitian, yaitu penelitian dengan pendekatan kuantitatif dan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif banyak digunakan dalam penelitian yang bertujuan untuk mengetahui lebih dalam mengenai suatu hal, sedangkan penelitian kuantitatif lebih banyak digunakan dalam penelitian yang menggunakan perhitungan atau datanya disajikan dalam bentuk angka. Perbedaan antara kedua penelitian ini terletak pada skala penelitian dan teknik pengumpulan datanya. Penelitian kualitatif umumnya untuk penelitian berskala kecil di mana datanya diperoleh secara mendalam melalui wawancara, observasi, studi kasus dan lain sebagainya. Penelitian kuantitatif digunakan dalam penelitian berskala besar di mana datanya diperoleh melalui survei dalam bentuk kuesioner yang akan diberikan kepada responden yang merupakan sampel penelitian yang dianggap dapat merepresentasikan populasi tertentu (Cooper & Schindler, 2014).

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif itu sendiri merupakan penelitian dengan metode berbasis data numerik atau angka atau kuantitas (Sugiyono, 2017).

Proses dari penelitian kuantitatif adalah untuk menemukan pengetahuan yang memanfaatkan data berupa angka sebagai alat untuk menganalisis keterangan mengenai suatu hal yang ingin diketahui (Kasiram, 2008). Dengan kata lain, penelitian dengan pendekatan kuantitatif umumnya diasosiasikan dengan analisis data menggunakan statistik. Penelitian kuantitatif yang berbasis angka ini merupakan penelitian yang bersifat dapat dihitung dalam melihat kondisi suatu populasi (Mukhid, 2021).

Dalam penelitian jenis kuantitatif, setiap variabel penelitian yang ada memiliki teknik pengukuran dan pengoperasionalisasi yang jelas. Artinya, penelitian ini mementingkan dan berfokus pada tingkat pengukuran karena risetnya menggambarkan dan menjelaskan sebuah masalah melalui hasil penelitian yang dapat digeneralisasikan (Kriyantono, 2010).

Penelitian ini menggunakan jenis atau pendekatan kuantitatif karena peneliti akan melakukan survei terhadap Generasi Z yang menjadi populasi penelitian untuk mengetahui tingkat maupun arah pengaruh beberapa variabel seperti *personal attitudes towards entrepreneurship*, *subjective norms* dan *perceived behavioral control* terhadap *entrepreneurial intention*. Generasi Z itu sendiri merupakan populasi skala besar baik di Indonesia maupun di dunia.

### **3.2.2 Sifat Penelitian**

Sekaran dan Bougie (2016) menyampaikan terdapat tiga sifat utama dalam desain penelitian yang terdiri dari *exploratory research*, *descriptive research* dan *causal research*. *Exploratory research* adalah sifat penelitian yang biasanya digunakan terhadap sebuah fenomena yang belum secara dalam diketahui keseluruhannya sehingga penelitian lebih bersifat fleksibel dan biasanya bertujuan untuk memberikan informasi tentang masalah yang sedang diteliti. Sifat *exploratory research* dalam penelitian biasanya digunakan dalam pendekatan kualitatif. Selanjutnya, penelitian bersifat *descriptive research* dapat digunakan baik untuk pendekatan kuantitatif

maupun kualitatif. *Descriptive research* itu sendiri merupakan penelitian yang digunakan untuk memperoleh data yang dapat menggambarkan topik yang dibahas dalam sebuah penelitian, sehingga dirancang untuk mengumpulkan data yang menggambarkan karakteristik dari objek penelitian. Dalam penelitian kuantitatif, *descriptive research* digunakan untuk penelitian yang membahas terkait pengambilan keputusan dan menunjukkan atau mengetahui ada atau tidaknya hubungan antar variabel penelitian. Terakhir terdapat *causal research* yang biasanya digunakan untuk menguji apakah satu variabel dapat memengaruhi variabel lain berubah atau tidak. Umumnya penelitian dengan sifat *causal research* menggambarkan satu atau lebih faktor yang menyebabkan suatu masalah (Sekaran & Bougie, 2016).

Malhotra et al. (2017) menjelaskan bahwa *descriptive research* dan *causal research* termasuk ke dalam *conclusive research design*. *Conclusive research design* itu sendiri merupakan penelitian yang dirancang atau dibuat untuk hal pengambilan keputusan dalam menentukan sesuatu, mengevaluasi dan membuat alternatif sebagai suatu bentuk usaha atau upaya untuk memecahkan sebuah permasalahan.

Tentang penelitian bersifat deskriptif, Rakhmat (2017) menggambarkan penelitian deskriptif sebagai penelitian yang mencari dan menjelaskan hubungan, menguji hipotesis, serta membuat suatu prediksi. Tujuan dari penelitian deskriptif secara umum adalah untuk membuat deskripsi data penelitian secara sistematis, faktual dan akurat tentang fakta maupun sifat dari suatu populasi. Oleh karena itu, penelitian deskriptif digunakan saat peneliti ingin mengetahui gambaran kompleks dan spesifik dari fenomena tertentu (Eriyanto, 2015).

Penelitian ini menggunakan *conclusive research design*, baik itu *descriptive research* maupun *causal research*. *Conclusive research design* sendiri digunakan karena hal yang ingin diteliti oleh peneliti adalah beberapa faktor yang dapat memengaruhi niat seseorang untuk menjadi wirausahawan melalui penganalisaan maupun pengujian hubungan antara

hipotesis dengan variabel, *descriptive research* digunakan karena peneliti ingin mengetahui penjelasan atau deskripsi dari masing-masing faktor ini terkait bagaimana faktor tersebut memengaruhi niat kewirausahaan, dan *causal research* digunakan karena peneliti ingin melihat atau meneliti pengaruh dari *personal attitudes towards entrepreneurship*, *subjective norms* dan *perceived behavioral control* memengaruhi *entrepreneurial intention*. Penelitian deskriptif yang digunakan untuk menggambarkan kejadian secara akurat melalui data, proses, mekanisme atau hubungan antar kejadian (Suryani & Hendriyadi, 2015) menjadi sifat penelitian yang tepat untuk melaksanakan penelitian ini karena membahas terkait hubungan sebab akibat dari faktor-faktor yang dapat memengaruhi niat kewirausahaan.

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

Dalam penelitian kuantitatif, terdapat yang elemen penelitian yang disebut populasi dan sampel. Populasi dan sampel dibutuhkan sebagai sumber data yang objektif dan representatif. Populasi dalam penelitian ini adalah Generasi Z di Jabodetabek. Dalam bagian ini, peneliti juga akan menentukan jumlah sampel yang akan menjadi responden penelitian.

#### **3.3.1 Populasi**

Populasi merupakan suatu wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek penelitian yang memiliki kualitas atau karakteristik yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017). Sederhananya, populasi adalah keseluruhan objek atau satuan objek yang akan diteliti (Priyono, 2016). Berdasarkan penjelasan sebelumnya, populasi dapat berupa sekumpulan orang, kejadian atau benda yang memiliki kualitas maupun karakteristik yang dibutuhkan dalam sebuah penelitian (Suryani & Hendriyadi, 2015). Meskipun populasi pada umumnya adalah manusia, namun tidak menutup kemungkinan bahwa

populasi dapat berupa hewan, tumbuh-tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup dan lainnya (Siregar, 2013).

Dalam penelitian ini, populasi penelitian adalah Generasi Z yang tinggal di Jabodetabek. Generasi Z merupakan generasi dengan jumlah penduduk terbanyak di Indonesia, yaitu sebesar 27,94% penduduk Indonesia termasuk ke dalam Generasi Z (Humas, 2021). Generasi Z itu sendiri merupakan generasi yang lahir dalam periode tahun 1997-2012 atau sekarang (di tahun 2023) berusia 11-26 tahun. Populasi yang dipilih juga merupakan populasi yang berada di Jabodetabek dengan tujuan agar penelitian ini lebih terfokus dan karena data tahun 2021 menunjukkan bahwa Gen Z paling banyak bertempat tinggal atau berada di Jawa Barat, yakni 11.886.058 jiwa (Widi, 2022). Selain itu, Gen Z digunakan sebagai populasi karena sebagian besar Gen Z juga merupakan generasi yang termasuk ke dalam penduduk usia kerja dan angkatan kerja sehingga sudah dapat berwirausaha atau memiliki niat kewirausahaan. Gen Z yang termasuk ke dalam penduduk usia kerja adalah penduduk yang berusia 15 tahun dan lebih, dan yang termasuk ke dalam angkatan kerja adalah penduduk yang berusia 15 tahun dan lebih serta seharusnya sudah mulai bekerja atau sedang bekerja (Badan Pusat Statistik, n.d.). Artinya, Gen Z yang dianggap sebagai populasi dalam penelitian ini adalah penduduk atau masyarakat Indonesia yang tinggal di area Jabodetabek dan yang lahir di tahun 1997-2008 atau saat ini berusia 15-26 tahun.

### **3.3.2 Sampel**

Oleh karena populasi memiliki skala yang terlalu besar untuk diteliti, maka dibutuhkan sampel (Sugiyono, 2017). Sampel adalah bagian lebih kecil dari suatu populasi. Artinya, sampel adalah bagian dari populasi atau termasuk ke dalam bagian dari populasi yang ingin diteliti dan dipelajari (Priyono, 2016). Sebuah penelitian membutuhkan sampel karena dipilih berdasarkan kualitas dan karakteristiknya yang memenuhi persyaratan penelitian sehingga mampu merepresentasikan atau mewakili

keseluruhan populasi. Dengan kata lain, sampel yang telah ditentukan harus dapat mewakili populasi atau bersifat representatif (Bungin, 2015). Malhotra et al. (2017) juga menyampaikan bahwa sampel merupakan representasi seluruh elemen dari target populasi dan terdiri dari sekumpulan arahan yang akan digunakan untuk mengidentifikasi populasi.

Dalam penelitian ini, sampel masih sejalan dengan populasi penelitian. Sampel dalam penelitian ini yaitu Generasi Z yang tinggal di Jabodetabek yang termasuk ke dalam penduduk usia kerja atau angkatan kerja, yaitu Generasi Z yang lahir dalam kurun waktu tertentu, tahun 1997-2008 atau berusia 15-26 tahun yang sudah dapat memulai karirnya atau sudah dapat memilih arahan karir atau yang mungkin memiliki niat kewirausahaan. Dari sampel yang telah ditentukan, peneliti juga akan menentukan kriteria sampel beserta dengan jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini.

### 3.3.2.1 Teknik Pengambilan Sampel

Sugiyono (2017) mengemukakan bahwa terdapat dua jenis teknik umum untuk mengambil atau mengumpulkan sampel. Teknik tersebut meliputi *probability sampling* dan *non-probability sampling*. Berikut penjelasannya:

#### 1. *Probability Sampling*

Sugiyono (2017) menggambarkan teknik ini sebagai teknik pengambilan sampel dari populasi yang dilakukan berdasarkan peluang, di mana peluang sampel terpilih adalah sama bagi setiap anggota populasi. Teknik *probability sampling* juga terdiri dari beberapa jenis di dalamnya, yaitu:

- a. *Simple Random Sampling*, merupakan teknik pengambilan sampel yang dilakukan secara acak tanpa mempertimbangkan strata dari seluruh anggota populasi.
- b. *Proportionate Stratified Random Sampling*, merupakan teknik pengambilan sampel berdasarkan anggota populasi

yang tidak bersifat homogen. Artinya, terdiri dari beberapa strata sehingga anggota populasi yang dipilih menjadi sampel dilakukan secara proporsional berdasarkan strata tersebut.

- c. *Disproportionate Stratified Random Sampling*, merupakan teknik pengambilan sampel berdasarkan anggota populasi yang tidak bersifat homogen. Kurang lebih sama dengan teknik sebelumnya, yang membedakan adalah teknik ini mengambil sampel dengan cara tidak proporsional berdasarkan strata.
- d. *Cluster Sampling*, merupakan teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam objek penelitian yang luas sehingga sampel umumnya diambil berdasarkan daerah populasi yang telah ditetapkan.

## 2. *Non-Probability Sampling*

Sugiyono (2017) menggambarkan teknik ini sebagai teknik pengambilan sampel dari populasi yang dilakukan berdasarkan peluang yang berbeda. Dengan kata lain, peluang anggota populasi menjadi sampel tidak sama bagi setiap anggota populasinya. Dalam teknik *non-probability sampling* terdapat metode untuk mengambil sampel, metode ini terdiri dari:

- a. *Systematic Sampling*, merupakan teknik pengambilan sampel berdasarkan urutan dari seluruh anggota populasi yang telah diberikan urutan juga.
- b. *Quota Sampling*, merupakan teknik pengambilan sampel berdasarkan ciri-ciri tertentu sampai jumlah kuota yang dibutuhkan terpenuhi.
- c. *Incidental Sampling*, merupakan teknik pengambilan sampel berdasarkan pada sebuah kebetulan dari seluruh anggota populasi. Artinya, anggota populasi dapat dijadikan sebagai

sampel apabila peneliti melihat anggota populasi cocok sebagai sumber data.

- d. *Purposive Sampling*, merupakan teknik pengambilan sampel berdasarkan pada berbagai pertimbangan dari seluruh anggota populasi yang akan dipilih.
- e. *Saturation Sampling*, merupakan teknik pengambilan sampel yang menggunakan seluruh populasi menjadi sampel penelitian. Umumnya digunakan saat ukuran populasi relatif kecil.
- f. *Snowball Sampling*, merupakan teknik pengambilan sampel yang pada mulanya berjumlah sedikit dan seiring dengan berjalannya waktu, semakin membesar.

Penelitian ini mengambil sampel dengan cara menggunakan kombinasi antara teknik *probability sampling* dan *non-probability sampling*. Tujuannya adalah agar penelitian lebih fokus dan sampel dapat merepresentasikan populasi sehingga diperoleh data hasil temuan yang objektif dan dibutuhkan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian.

Pada teknik *probability sampling*, peneliti menggunakan teknik *cluster sampling* yang merupakan teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam objek penelitian yang luas sehingga sampel umumnya diambil berdasarkan daerah populasi yang telah ditetapkan. Jika membahas terkait Generasi Z di Indonesia, populasi Gen Z di Indonesia itu sendiri jumlahnya sangat besar karena mendominasi penduduk di Indonesia. Guna memperoleh penelitian yang terfokus dan terarah, peneliti melakukan *cluster sampling* anggota populasi, di mana peneliti akhirnya menetapkan daerah populasi yang akan digunakan menjadi sampel adalah anggota populasi yang tinggal di wilayah Jabodetabek karena Pulau Jawa menjadi pulau dengan jumlah penduduk Gen Z terbanyak di Indonesia.

Selanjutnya, pada teknik *non-probability sampling*, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* untuk menentukan kriteria yang perlu dipenuhi oleh anggota populasi untuk menjadi sampel penelitian. Kriteria yang dimaksud dan diperlukan dalam penelitian ini yaitu:

1. Termasuk ke dalam Generasi Z: lahir di tahun 1997-2008 atau di tahun 2023 ini berusia 15-26 tahun.
2. Bertempat tinggal di area Jabodetabek.
3. Belum pernah memiliki bisnis atau berwirausaha.
4. Memiliki keluarga, kerabat atau teman yang sudah pernah berwirausaha.
5. Memiliki pengetahuan dasar tentang kewirausahaan.

### **3.3.2.2 Ukuran Sampel (*Sampling Size*)**

Malhotra et al. (2017) menjelaskan tentang *sampling size* sebagai unit dasar dalam penelitian yang memiliki elemen populasi untuk digunakan sebagai ilustrasi. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa jumlah sampel cukup untuk jumlah pertanyaan yang akan diajukan dalam kuesioner penelitian. Definisi lain dari *sampling size* adalah jumlah individu atau anggota populasi yang menjadi sampel yang digunakan untuk memperoleh data penelitian (Zamboni, 2018).

Selanjutnya, Hair, Black, Babin dan Anderson (2014) mengatakan bahwa minimum *sampling size* dalam sebuah penelitian adalah minimal lima pengukuran terhadap variabel yang akan dianalisis. Selain itu, Hair et al. (2014) juga menjelaskan bahwa terdapat beberapa kriteria yang dipenuhi terkait dengan jumlah minimum sampel penelitian. Kriteria tersebut adalah sebagai berikut:

1. Jumlah sampel harus lebih banyak dari jumlah variabel yang digunakan dalam sebuah penelitian.

2. Jumlah minimal sampel penelitian tidak kurang dari 50 sampel.
3. Jumlah minimal sampel penelitian adalah lima sampel untuk setiap indikator yang ada.

Berdasarkan penjelasan di atas terkait *sampling size*, maka perhitungan jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 125 responden dengan penjelasan sebagai berikut:

1. Jumlah indikator pernyataan kuesioner dalam penelitian ini adalah 25 pernyataan:
  - a. Enam indikator pernyataan untuk variabel *personal attitudes towards entrepreneurship*.
  - b. Lima indikator pernyataan untuk variabel *subjective norms*.
  - c. Tujuh indikator pernyataan untuk variabel *perceived behavioral control*.
  - d. Tujuh indikator pernyataan untuk variabel *entrepreneurial intention*.
2. Dari jumlah indikator pernyataan yang ada, maka perhitungan jumlah sampel minimum dalam penelitian ini adalah:  
 $25 \text{ indikator pernyataan penelitian} \times 5 = 125 \text{ responden}$ .

### **3.4 Teknik Pengumpulan Data**

Salah satu tahapan atau proses penting dalam melakukan sebuah penelitian adalah proses mengumpulkan data karena merupakan proses atau instrumen yang bertujuan untuk memperoleh data penelitian yang di mana kualitasnya mampu memenuhi standar penelitian ilmiah sehingga dapat menjawab pertanyaan penelitian (Sugiyono, 2017). Terdapat dua cara yang juga merupakan jenis pengumpulan data, dua cara dan jenis tersebut adalah data primer dan data sekunder.

#### **3.4.1 Data Primer atau *Primary Data***

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti dari sumber data yang akan diteliti dan baru pertama kali dilakukan

(Sugiyono, 2017). Dengan kata lain, data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber (Sujarweni, 2014). Malhotra et al. (2017) juga menjelaskan data primer sebagai data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti dengan tujuan untuk menanggapi fenomena maupun masalah yang muncul. Data primer sebagai sebuah data yang dianggap sebagai *original source* dianggap memiliki tingkat kredibilitas dan kepercayaan pengambilan keputusan yang lebih karena analisis terpercaya yang langsung dilakukan adalah yang langsung berhubungan dengan masalah (Sileyew, 2019). Data primer adalah data yang baru pertama kali dicatat, dikumpulkan dan diambil atau diperoleh oleh peneliti (Cooper & Schindler, 2014).

Data primer dalam penelitian ini diperoleh peneliti melalui penyebaran kuesioner kepada responden penelitian. Kuesioner ini adalah bentuk survei yang akan dilakukan oleh peneliti yang disebarakan langsung ke sumber data, yaitu responden. Kuesioner dibuat dalam bentuk *Google Form* yang selanjutnya hasilnya akan dianalisa oleh peneliti untuk dibahas serta ditarik kesimpulannya.

### **3.4.2 Data Sekunder atau *Secondary Data***

Kebalikan dari data primer, data sekunder adalah data yang sudah pernah ada sebelumnya. Dengan kata lain, data sekunder merupakan data historis yang biasanya dapat diperoleh dari orang lain atau sumber data yang sudah pernah dikumpulkan oleh pihak lain (Sugiyono, 2017). Cooper dan Schindler (2014) menjelaskan bahwa data sekunder adalah data yang diperoleh dalam bentuk sumber pustaka yang dapat mendukung penelitian ini.

Sumber data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari studi kepustakaan dan internet. Beberapa contoh data sekunder yang digunakan meliputi buku yang berisikan teori dan/atau konsep yang digunakan dalam penelitian ini, jurnal atau *e-journal*, artikel *online* dan lain sebagainya.

### 3.5 Operasionalisasi Variabel

Cooper dan Schindler (2014) mendefinisikan variabel sebagai sebuah sifat, atribut atau simbol yang diberikan sebuah nilai. Dalam sebuah penelitian, terdapat dua jenis variabel yaitu variabel bebas (*independent*) dan variabel terikat (*dependent*).

Variabel bebas atau *independent* dalam penelitian ini dianggap sebagai variabel eksogen atau variabel X yang terdiri dari tiga variabel. Tiga variabel tersebut adalah *personal attitudes towards entrepreneurship*, *subjective norms* dan *perceived behavioral control*. Sedangkan variabel terikat atau *dependent* dalam penelitian ini dianggap sebagai variabel endogen atau variabel Y yang terdiri dari satu variabel, yaitu *entrepreneurial intention*. Dalam penelitian ini, terdapat total empat variabel yang akan diteliti.

Aprianus (2015) menyampaikan bahwa operasionalisasi variabel dibutuhkan untuk menjelaskan secara mendalam terkait variabel-variabel yang menjadi objek penelitian dan memiliki relevansi terhadap kesimpulan penelitian yang sudah ditetapkan. Dengan kata lain, operasionalisasi variabel adalah kegiatan atau proses menjabarkan suatu hal yang pada mulanya bersifat abstrak menjadi sesuatu yang konkret (Eriyanto, 2015). Tujuan dari operasionalisasi variabel adalah untuk membuat kedalaman dan keluasan variabel yang akan diteliti secara lebih eksplisit (Rakhmat, 2017), serta agar peneliti dapat menganalisis maupun mengobservasi indikator-indikator penelitian secara nyata (Eriyanto, 2015). Seluruh operasionalisasi variabel akan diukur melalui Skala Likert.

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel Penelitian

No	Variabel	Definisi Operasional	Kode	Indikator	Pernyataan Penelitian
1.	<i>Personal Attitudes Towards Entrepreneurship</i>	<i>Personal attitudes</i> yaitu proses evaluasi yang dilakukan oleh seseorang terhadap perilaku dirinya sendiri, bagaimana dirinya menilai sikapnya sendiri sebagai tindakan positif atau negatif (Ajzen, 1991). Oleh	PA1	<i>Need of Achievement</i> (Fenech, 2019)	1. Jika saya berhasil membuat sebuah usaha baru, saya merasa puas karena berhasil mencapai kesuksesan atau prestasi dalam hidup saya.
			PA2		2. Menjadi seorang wirausahawan memberikan saya lebih banyak

		karena itu, individu yang menyikapi sebuah masalah secara positif cenderung memiliki kemungkinan lebih besar untuk mencapai kesuksesan dan begitu juga sebaliknya (Sanchez, Baixauli, & Carrasco, 2017).			keuntungan daripada kerugian.
			PA3	<i>Personal Control Over Behavior</i> (Fenech, 2019)	3. Saya yakin dapat membuat usaha yang dapat bertahan jangka panjang dan mencapai kesuksesan jika saya memiliki niat kewirausahaan yang tertuang ke dalam perencanaan yang matang.
			PA4	<i>Innovation</i> (Fenech, 2019)	4. Saya memiliki keinginan untuk membuat sebuah bisnis baru yang inovatif dan mampu bersaing.
			PA5		5. Dari banyaknya karir di dunia, saya berniat untuk memilih menjadi seorang wirausahawan.
			PA6	<i>Self-esteem</i> (Fenech, 2019)	6. Saya tertarik dan yakin dapat membuat sebuah usaha baru.
2.	<i>Subjective Norms</i>	Ajzen (1991) menjelaskan bahwa <i>subjective norms</i> merupakan tanggapan seseorang yang dilakukan saat dihadapkan pada tekanan sosial, apakah orang tersebut berbuat atau tidak. Dengan kata lain, tindakan atau sikap yang dilakukan dapat dikatakan sebagai cerminan utama nilai-nilai sosial dan budaya yang berlaku di lingkungannya. Kepercayaan tersebut tidak hanya memengaruhi sikap seseorang terhadap suatu hal, namun juga pada keinginan	SN1	<i>Normative Beliefs</i> (Ajzen, 1991)	7. Saya merasa terdorong untuk menjadi wirausahawan karena tuntutan orang tua.
			SN2		8. Saya merasa terdorong untuk menjadi wirausahawan karena saya dikelilingi oleh teman-teman yang memiliki karir sebagai wirausahawan.
			SN3		9. Saya merasa terdorong untuk menjadi wirausahawan karena nasihat dari orang tua, kerabat atau teman saya.
			SN4	<i>Motivation to Comply</i> (Ajzen, 1991)	10. Saya termotivasi untuk menjadi seorang wirausahawan karena saya akan mendapat pengakuan dan



	lebih terhadap kewirausahaan karena adanya rasa ketertarikan dan keinginan untuk mempelajari maupun mengetahui wirausaha lebih dalam lagi (Liñán & Fayolle, 2020).	EI2	Nguyen, 2017)	20. Saya yakin tujuan karir saya adalah untuk menjadi seorang wirausahawan dan menciptakan bisnis baru.
		EI3	<i>Perceived Feasibility</i> (Saphero dalam Nguyen, 2017)	21. Saya sudah memikirkan secara matang atau bertekad untuk memulai suatu bisnis di masa depan.
		EI4		22. Saya memiliki lingkungan yang dapat membantu dan mendukung keputusan atau ketertarikan saya untuk menjadi seorang wirausahawan.
		EI5	<i>Propensity to Act</i> (Saphero dalam Nguyen, 2017)	23. Saya siap untuk melakukan segala sesuatu yang dibutuhkan untuk menjadi seorang wirausahawan.
		EI6		24. Saya bersedia untuk melakukan segala upaya untuk membantu saya membuat dan menjalankan bisnis baru di masa depan.
		EI7		25. Saya tertarik untuk menjadi wirausahawan dan akan membuat perencanaan yang matang untuk membuat bisnis baru.

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2023

### 3.5.1 Skala Pengukuran Kuesioner Penelitian

Kuesioner dalam penelitian ini menggunakan Skala Likert untuk mengukur jawaban dari setiap indikator pernyataan yang akan diberikan kepada responden. Skala Likert itu sendiri digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, maupun persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang sebuah fenomena sosial (Sugiyono, 2017). Ukuran jawaban dari Skala

Likert mempunyai skala atau gradasi jawaban, dimulai dari sangat setuju sampai sangat tidak setuju. Skala Likert yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengukuran 5 Skala Likert. Berikut adalah penjelasannya:

1. Sangat Setuju, diberi skor 5.
2. Setuju, diberi skor 4.
3. Ragu-ragu atau Netral, diberi skor 3.
4. Tidak Setuju, diberi skor 2.
5. Sangat Tidak Setuju, diberi skor 1.

### **3.6 Teknik Analisis Data**

Dalam setiap penelitian kuantitatif, terdapat tahap pengukuran dan analisis data. Pada tahap pengukuran data melalui uji instrumen, tahap ini dibutuhkan karena peneliti perlu mengetahui apakah data-data yang diperoleh saat proses pengumpulan data dapat diukur menggunakan alat ukur yang digunakan. Creswell (2014) menjelaskan bahwa dalam penelitian kuantitatif, alat ukur dapat diuji melalui uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas dan uji reliabilitas akan dilakukan terhadap seluruh indikator atau pernyataan penelitian, digunakan untuk menguji apakah indikator yang tertuang ke dalam pernyataan kuesioner sebagai alat ukur sudah tepat untuk menentukan batasan-batasan kebenaran yang dicari pada data tertentu dalam satu indikator variabel (Bungin, 2015).

Selanjutnya, terdapat tahap analisis data. Tahap ini dilakukan setelah proses pengumpulan data dan pengukuran data telah dilakukan. Sugiyono (2017) menjelaskan bahwa analisis data wajib dilakukan guna mengklasifikasikan data berdasarkan variabel yang diteliti maupun dari jenis respondennya, selanjutnya mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data dari setiap variabel yang akan diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, serta melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis penelitian.

#### **3.6.1 Uji Instrumen**

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, terdapat dua teknik pengukuran data melalui uji instrumen. Dua teknik tersebut terbagi menjadi

dua, uji validitas dan uji reliabilitas. Dalam melakukan pengujian dan pengukuran terhadap alat ukur, terdapat tiga langkah yang perlu dilakukan (Arikunto, dalam Kriyantono, 2010):

1. Mendefinisikan secara operasional konsep-konsep yang akan diukur.
2. Melakukan uji coba terhadap alat ukur tersebut kepada sejumlah responden.
3. Menghitung nilai korelasi antara data dari masing-masing pertanyaan dan juga skor total.

Dalam penelitian ini, pengujian terhadap alat ukur dilakukan sebanyak dua kali, melalui *pretest* dan *main test*. *Pretest* dilakukan sebagai salah satu bentuk teknik untuk menguji validitas maupun reliabilitas terhadap sampel dalam skala kecil sebelum melakukan uji survei skala besar yaitu saat melakukan *main test* terhadap seluruh ukuran sampel yang telah ditentukan.

Pengujian *pretest* penelitian ini dilakukan terhadap 30 responden melalui penyebaran kuesioner yang dilakukan secara daring atau *online* dalam bentuk *Google Form*. Tujuannya adalah agar saat melakukan *main test*, hasil yang terkumpul dapat konsisten dan diandalkan. Sedangkan uji *main test* dilakukan terhadap keseluruhan ukuran sampel dengan tujuan untuk melihat validitas dan reliabilitas data secara menyeluruh. Pengujian *pretest* dan *main test* dilakukan melalui *software statistic*, yaitu SPSS versi 25.

### **3.6.1.1 Uji Validitas**

Konsep validitas mengacu kepada aspek ketepatan dan kecermatan dari hasil sebuah pengukuran. Maka dari itu, dapat dikatakan bahwa semakin tinggi nilai validitas, semakin kecil pula tingkat nilai varian kekeliruan (*errors*) yang mungkin muncul. Artinya, nilai skor yang diperoleh dari alat ukur tidak jauh berbeda dari skor nyata atau riil (Azwar, 2018).

Ghozali (2018) juga menjelaskan terkait uji validitas, bahwa pengujian ini dilakukan untuk mengukur valid atau tidaknya sebuah indikator pada pertanyaan yang terdapat di dalam kuesioner penelitian. Pengujian ini juga dilakukan dengan tujuan untuk melihat konsistensi pada pengukuran variabel (Malhotra et al., 2017).

Tabel 3.2 Nilai Ukur Validitas

No	Ukuran Validitas	Definisi	Ketentuan
1.	<i>Kaiser Meyer Olkin (KMO) Measure of Sampling Adequacy</i>	Pengukuran ini merupakan sebuah pengukuran dari <i>sampling adequacy</i> yang digunakan untuk memeriksa maupun menilai kesesuaian analisis faktor.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <math>KMO \geq 0,5</math>, artinya valid.</li> <li>• <math>KMO &lt; 0,5</math>, artinya tidak valid.</li> </ul>
2.	<i>Barlett's Test of Sphericity</i>	Pengukuran ini merupakan sebuah alat uji yang digunakan untuk menguji dan mengukur suatu hipotesis, serta menyatakan variabel tersebut tidak memiliki korelasi di dalam populasi.	$Sig. < 0,05$ , artinya terdapat hubungan signifikan antara variabel.
3.	<i>Anti-image Correlation Matrics</i>	Pengukuran ini merupakan proses penyaringan terhadap variabel yang digunakan untuk melihat apakah variabel telah memenuhi syarat yang sudah ditetapkan atau ditentukan sebelumnya.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <math>MSA = 1</math>, artinya variabel dinyatakan dapat diperkirakan tanpa adanya kesalahan dari variabel lain.</li> <li>• <math>MSA \geq 0,5</math>, artinya variabel dapat diperkirakan dan dapat dianalisa secara lanjut.</li> <li>• <math>MSA &lt; 0,5</math>, artinya variabel tidak dapat dianalisa secara lanjut.</li> </ul>
4.	<i>Factor Loading of Component Matrix</i>	Pengukuran ini merupakan sebuah korelasi sederhana antara variabel dengan faktor .	$Factor Loading > 0,5$ , artinya indikator yang dapat membentuk faktor dinyatakan valid.

Sumber: Birks, 2017, dalam Baker & Hart, 2016; Data Olahan Peneliti, 2023

### 3.6.1.2 Uji Reliabilitas

Ardianto (2014) menjelaskan bahwa reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan atau memperlihatkan sejauh apa alat ukur yang dapat dipercaya atau diandalkan. Artinya, jika alat ukur tersebut reliabel, maka saat alat ukur tersebut digunakan untuk kedua kalinya dalam mengukur gejala yang sama, hasilnya akan konsisten.

Dengan begitu, dapat dikatakan bahwa uji reliabilitas dilakukan untuk menguji apakah alat ukur yang telah digunakan dalam sebuah penelitian relatif konsisten dengan hasilnya atau tidak. Reliabilitas menunjukkan bahwa alat ukur dalam sebuah penelitian adalah stabil, tetap dan dapat diandalkan (*dependable*) (Kriyantono, 2010).

Peneliti menggunakan metode *Cronbach Alpha* untuk menguji reliabilitas alat ukur penelitian. Seluruh butir pernyataan sebagai indikator penelitian dalam kuesioner akan dilihat nilai reliabilitasnya. Alat ukur dinyatakan reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha*  $> 0,7$ . Sebaliknya, jika nilai *Cronbach's Alpha*  $< 0,7$ , maka kuesioner dinyatakan tidak reliabel (Sujarweni, 2014).

### 3.6.2 Analisis Data Penelitian: Uji Asumsi Klasik

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, tahap analisis data diperlukan sehingga data yang sudah dapat diperoleh dapat diukur, dihitung, atau diuji, di mana nantinya data tersebut diharapkan dapat digunakan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian. Oleh karena itu, analisis data dianggap penting dan dibutuhkan dalam sebuah penelitian. Selain itu, analisis data juga dibutuhkan karena setelah memperoleh data, perlu ada pengelompokan data berdasarkan variabel yang diteliti dan jenis respondennya, mentabulasi data berdasarkan variabel secara keseluruhan dari respondennya, menyajikan data dari setiap variabel yang diteliti,

menghitung data hasil temuan untuk menjawab rumusan masalah, dan juga menghitung data untuk uji hipotesis (Sugiyono, 2017).

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan beberapa uji statistik untuk melakukan analisis data. Pertama, peneliti akan melakukan uji asumsi klasik terhadap data hasil temuan. Uji asumsi klasik pertama yang akan dilakukan peneliti adalah uji multikolinieritas untuk menguji model regresi memiliki hubungan independen antara para variabel bebas, lalu uji normalitas untuk mengetahui apakah pengujian menghasilkan perhitungan normal atau tidak normal, dan selanjutnya uji heteroskedastisitas untuk melihat ada atau tidaknya persamaan varians dalam sebuah model regresi.

#### **3.6.2.1 Uji Multikolinieritas**

Uji multikolinieritas pada dasarnya bertujuan untuk menguji ada atau tidaknya hubungan independen antara para variabel bebas dalam sebuah model regresi yang dilihat dari tidak adanya korelasi antara variabel bebas (Ghozali, 2018). Artinya, variabel tidak ortogonal jika variabel bebas berhubungan. Ortogonal itu sendiri merupakan variabel bebas yang memiliki nilai korelasi nol di antaranya. Dalam ortogonal, terdapat dua nilai yang menunjukkan ada atau tidaknya multikolinieritas yakni toleransi dan nilai VIF. Jika toleransi  $> 0,10$  dan nilai VIF  $< 10$ , maka data menunjukkan tidak adanya multikolinieritas atau bahwa variabel tidak berkorelasi.

#### **3.6.2.2 Uji Normalitas**

Ghozali (2018) menjelaskan bahwa uji normalitas merupakan uji statistik yang dilakukan dengan tujuan untuk menilai atau menghitung penyebaran data kelompok atau variabel tertentu. Perhitungan ini juga digunakan untuk menguji apakah regresi variabel residual atau pengganggu dari suatu model regresi memiliki distribusi yang normal, di mana hasil nilai residual ini nantinya akan menentukan normal atau tidaknya uji statistik yang

dilakukan. Uji statistik non parametrik Kolmogorov-Smirnov adalah pengujian yang digunakan dalam uji normalitas. Berikut adalah cara membaca hasil uji normalitas Kolmogorov-Smirnov:

1. Jika nilai skor tes atau nilai signifikansi  $> 0,05$ , maka data dinyatakan berdistribusi dengan normal.
2. Jika nilai skor tes atau nilai signifikansi  $< 0,05$ , maka data dinyatakan tidak berdistribusi dengan normal.

### 3.6.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Ghozali (2018) menjelaskan terkait uji heteroskedastisitas sebagai pengujian yang digunakan untuk melihat ada atau tidaknya ketidaksamaan varians terhadap residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya di dalam sebuah model regresi. Heteroskedastisitas dapat terjadi apabila terlihat adanya titik pola yang teratur. Sebaliknya, jika titik pola tidak teratur dan menyebar, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Dengan kata lain, jika varians residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain masih terlihat ada, maka data temuan akan dikatakan homoskedastis dan begitu juga sebaliknya. Perhitungan ini dapat dibantu dengan program SPSS untuk melihat penyebaran varians dalam grafik *scatterplot*. Cara membaca grafik *scatterplot* adalah sebagai berikut:

1. Jika grafik menunjukkan pola tertentu yang terlihat seperti titik-titik yang menggambarkan membentuk pola tertentu yang teratur (contohnya seperti bergelombang, melebar kemudian menyempit dan lain sebagainya, maka data dalam grafik menunjukkan terjadinya heteroskedastisitas.
2. Jika grafik tidak menggambarkan pola yang teratur (contohnya seperti titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y), maka data dalam grafik mengindikasikan tidak terjadinya heteroskedastisitas.

Selain melihat grafik *scatterplot*, peneliti juga melakukan uji Rank Spearman yang dilakukan dengan mengkorelasikan seluruh variabel dengan nilai mutlak residunya (Ghozali, 2018). Kriteria melakukan uji Rank Spearman adalah sebagai berikut (Ghozali, 2018):

1. Jika nilai Sig. > 0,05; maka tidak terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika nilai Sig. < 0,05; maka terjadi heteroskedastisitas.

### 3.7 Uji Hipotesis

Hipotesis pada dasarnya merupakan jawaban sementara yang diperoleh dari rumusan masalah penelitian yang dinyatakan dalam bentuk pernyataan. Hipotesis dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan adalah berasal dari teori dan/atau konsep maupun penelitian terdahulu yang telah melakukan penelitian serupa dengan peneliti. Oleh karena itu, hipotesis perlu diuji kebenarannya karena merupakan jawaban atau dugaan sementara (Siregar, 2013).

Setelah melakukan uji asumsi klasik, peneliti melanjutkan analisis data yaitu uji hipotesis. Uji hipotesis yang dilakukan peneliti adalah uji analisis regresi linear berganda untuk mengukur pengaruh dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat, uji signifikan parameter individual atau uji *independent sample t-test* (Uji T), uji signifikan simultan (Uji F), dan uji koefisien determinasi untuk mengukur seberapa besar pengaruh yang diberikan variabel bebas terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini, yang ingin diukur atau diketahui adalah pengaruh dari *personal attitudes towards entrepreneurship*, *subjective norms* dan *perceived behavioral control* terhadap *entrepreneurial intention* pada Generasi Z.

#### 3.7.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda umumnya digunakan saat seorang peneliti ingin mengukur pengaruh dari masing-masing variabel bebas terhadap satu variabel terikat (Ghozali, 2018). Artinya, model regresi ini melibatkan lebih dari satu variabel independen atau variabel bebas. Oleh karena itu, analisis ini digunakan untuk mengetahui arah dan besaran

pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat (Ghozali, 2018). Berikut adalah rumus dari analisis regresi linier berganda:

$$Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + e$$

Keterangan Rumus:

Y	=	<i>Entrepreneurial Intention</i>
$\alpha$	=	Konstanta
$\beta$	=	Koefisien Regresi
X1	=	<i>Personal Attitudes Towards Entrepreneurship</i>
X2	=	<i>Subjective Norms</i>
X3	=	<i>Perceived Behavioral Control</i>
e	=	Residual

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

Hidayat (2017) menjelaskan bahwa uji statistik disebut dengan uji beda yang digunakan untuk menguji hipotesis dengan melihat pada bagian Signifikansi (Sig.) pada *t-value*. Selanjutnya, Hidayat (2017) juga menjelaskan bahwa uji statistik *independent sample t-test* atau uji beda adalah perhitungan yang dilakukan untuk melihat seberapa besar variabel terikat terpengaruh dari masing-masing variabel bebas. Dengan kata lain, uji statistik T atau *t-value* bertujuan untuk menilai seberapa jauh pengaruh variabel bebas dalam konteks individual terhadap variabel terikat. Pengujian ini umumnya dilakukan dengan melihat nilai signifikansi sebesar 5% atau 0,05 yang diperoleh dari perhitungan. Berikut adalah cara membaca hasil perhitungan uji T (Ghozali, 2018):

1. Jika nilai signifikansi  $t < 0,05$ ; maka terdapat pengaruh yang signifikan antara satu variabel bebas terhadap satu variabel terikat.
2. Jika nilai signifikansi  $t > 0,05$ ; maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara satu variabel bebas terhadap satu variabel terikat.

### 3.7.3 Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Ghozali (2018) menjelaskan bahwa uji signifikan simultan atau uji F dapat dilakukan jika ingin mengetahui atau menguji apakah variabel bebas dapat secara bersama-sama memengaruhi variabel terikat. Terdapat dua cara untuk melakukan uji F yaitu dengan melihat nilai signifikansi atau nilai Sig. yang diperoleh, di mana  $H_0$  akan ditolak dan  $H_1$  akan diterima jika nilai Sig.  $< 0,05$  begitu juga sebaliknya, serta melihat nilai F hitung dan F tabel.

Oleh karena itu, selain melihat nilai Sig., peneliti akan melihat nilai F pada tingkat signifikansi 5% atau 0,05 dan membandingkan nilai F menurut tabel dengan nilai F hasil perhitungan. Di mana jika nilai F yang terhitung adalah lebih besar ( $>$ ) dari nilai F tabel, maka dapat dikatakan  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, atau seluruh variabel bebas secara bersama-sama dapat memengaruhi variabel terikat. Jika ingin melihat hipotesis apa yang diterima berdasarkan nilai F pada tingkat signifikansi 5%, berikut adalah cara membaca hasil perhitungan uji F (Ghozali, 2018):

1. Jika nilai F hitung  $>$  F tabel, maka seluruh variabel bebas secara bersama-sama dapat memengaruhi variabel terikat.
2. Jika nilai F hitung  $<$  F tabel, maka seluruh variabel bebas secara bersama-sama tidak dapat memengaruhi variabel terikat.

### 3.7.4 Koefisien Determinasi

*R-Square* merupakan perhitungan untuk menentukan koefisien determinasi. Koefisien determinasi merupakan angka yang ditentukan atau dinyatakan dan digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi atau sumbangan yang diberikan oleh satu atau lebih variabel bebas terhadap variabel terikat (Siregar, 2013). Sederhananya, uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui dan mengukur seberapa besar pengaruh yang diberikan oleh variabel bebas (*independent*) terhadap variabel terikat (*dependent*).

Rumus dari koefisien determinasi adalah  $(R^2) \times 100\%$ . Pada dasarnya, hasil perhitungan rumus di atas akan menunjukkan nilai *R-Square*

( $R^2$ ) antara nol sampai dengan satu ( $0 < R^2 < 1$ ). Interpretasi hasil koefisien determinasi tersebut yaitu: 1) Jika nilai  $R^2$  0,75, maka pengaruh dinyatakan kuat; 2) Jika nilai  $R^2$  0,50, maka pengaruh dinyatakan sedang; dan 3) Jika nilai  $R^2$  0,25, maka pengaruh dinyatakan lemah (Hair, Hult, Ringle, & Sarstedt, 2017).

