



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

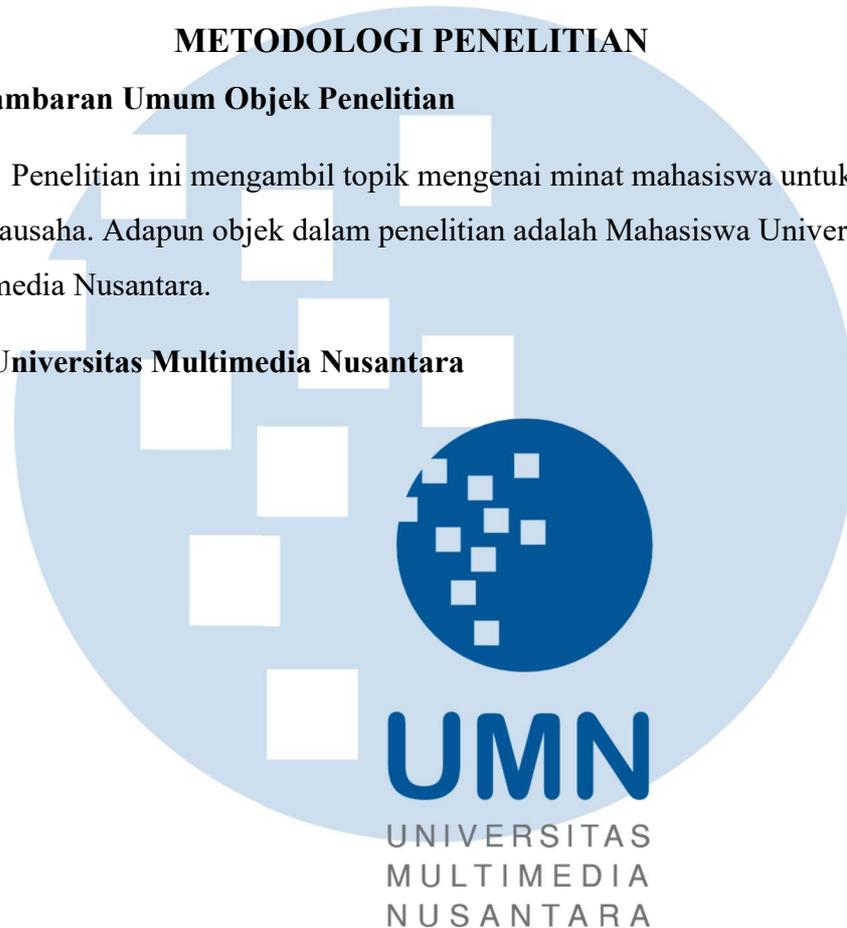
BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Penelitian ini mengambil topik mengenai minat mahasiswa untuk berwirausaha. Adapun objek dalam penelitian adalah Mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara.

3.1.1 Universitas Multimedia Nusantara



Gambar 3.1 Logo UMN

Sumber : Universitas Multimedia Nusantara, 2022

Berdasarkan gambar 3.1, Universitas Multimedia Nusantara (UMN) adalah universitas yang didirikan pada tahun 2005 atas inisiatif Dr. (HC) Jakob Oetama sebagai perintis Kompas Gramedia yang berada di daerah Kelapa Dua Summarecon Serpong, Kabupaten Tangerang. Universitas ini didirikan oleh sekelompok Kompas Gramedia, serta sekelompok usaha yang berkecimpung dalam usaha media massa, percetakan, toko buku, hotel, dan jasa pendidikan. Fokus Pendidikan UMN ini adalah dalam bidang teknologi informasi dan komunikasi (*Information Communication Technology*) ICT. UMN Menyusun kurikulum

berbasis ICT untuk semua program studi. Supaya Mahasiswa UMN dilengkapi pengetahuan dan tujuan terhadap perkembangan ICT agar dapat menghadapi perubahan yang terjadi dimasa akan datang (Wikipedia, 2022).

Visi dari UMN adalah Universitas Multimedia Nusantara menjadi universitas terkemuka di bidang ICT baik di tingkat nasional maupun internasional, yang menghasilkan lulusan yang berwawasan internasional dan berkompotensi tinggi di bidangnya yang dilengkapi dengan jiwa wirausaha dan akhlak mulia. Misi dari UMN adalah turut serta mencerdaskan kehidupan bangsa dan memajukan kesejahteraan bangsa melalui penyelenggaraan pendidikan tinggi dengan melaksanakan Tridarma Perguruan Tinggi (Pendidikan, Penelitian, dan Pengabdian kepada Masyarakat), dalam rangka meningkatkan kualitas sumber daya manusia Indonesia (Universitas Multimedia Nusantara, 2022).

Pada tahun 2011, UMN membangun Gedung ketiga yang diberi nama *New Media Tower*. Gedung ini diresmikan pada tanggal 28 september 2012. Konsep hemat energi yang diciptakan oleh *New Media Tower* ditetapkan sebagai pemenang pertama gedung hemat energi (*energy efficient building*) kategori bangunan tropis (*tropical building*) pada penghargaan energi ASEAN pada tahun 2014 dan juga menerima penghargaan juara pertama dalam kategori gedung hemat energi baru dalam acara penghargaan efisien energi nasional (PEEN) pada tahun 2013 (Universitas Multimedia Nusantara , 2022).



Gambar 3.2 Gedung UMN

Sumber : Universitas Multimedia Nusantara, 2022

UMN memiliki 4 program *undergraduates* yaitu fakultas informasi dan teknologi, fakultas bisnis, fakultas komunikasi dan fakultas seni dan desain. Khususnya dalam program studi bisnis terdapat lima peminatan yaitu : *marketing management, human capital management, financial management, operational management dan entrepreneurship*. Peminatan entrepreneurship masih tergolong peminatan yang baru diresmikan pada tahun 2019 oleh program studi manajemen, dengan tujuan mendorong mahasiswa UMN untuk menjadi *entrepreneur* yang memanfaatkan peluang , kemajuan perkembangan ICT , dan memiliki jiwa kreatifitas yang tinggi. Bagi mahasiswa UMN yang mengambil peminatan *entrepreneurship* akan mempelajari matakuliah seperti *Managing Lean Startups, New Venture Creation, Technopreneur*, serta mahasiswa juga diajarkan bagaimana cara memanfaatkan peluang usaha dan membangun bisnis berbasis ICT. Untuk merealisasikan tujuan tersebut, pada tahun 2013 UMN menggaet *Skystar Ventures* yaitu *sebuah co-working space, venture capital* dan inkubator bisnis yang siap membina mahasiswa UMN untuk merintis perusahaan *start-up* berbasis teknologi dan informasi (Universitas Multimedia Nusantara , 2022).

3.2 Desain Penelitian

Definisi dari desain penelitian merupakan sebuah kerangka kerja untuk melakukan proyek penelitian. Untuk menentukan detail dari prosedur yang diperlukan untuk mendapat informasi dan Menyusun atau menyelesaikan riset masalah (Maholtra, 2020)

3.2.1 Tipe Metodologi Penelitian

Menurut (Emerald Publishing, 2021) tipe metodologi penelitian dibagi menjadi 2 bagian, yaitu:

1. *Qualitative Methods* (metode kualitatif)

Metode riset yang dibuat untuk berfokus untuk memecahkan masalah khususnya konteks sosial, politik, dan ekonomi sehingga

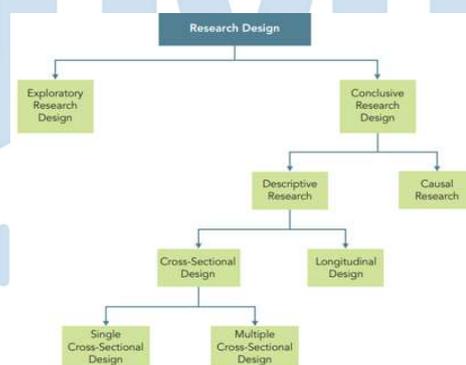
dibutuhkan kontribusi dan keterlibatan yang besar dari pihak peneliti. Data kualitatif dapat berupa hasil wawancara , hasil audio atau gambar, dan observasi.

2. Quantitative Methods (metode kuantitatif)

Metode riset yang dirancang untuk berfokus pada sebab dan akibat pada suatu fenomena yang menitikberatkan peneliti sebagai pengamat yang objektif. Serta untuk meneliti sebuah sampel menggunakan alat ukur atau instrumen penelitian dan analisa data bersifat statistik. Data kuantitatif merupakan jenis data yang berupa angka , serta data yang dikumpulkan bisa diinput ke dalam pengukuran statistik.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan tipe *quantitative methods* untuk dapat menganalisis sebab dan akibat dari setiap variabel *independent* dan *dependent* terhadap *entrepreneurial intention* pada mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara. Karena Pengukuran variabel penelitian minat wirausaha pada mahasiswa multimedia nusantara ini dilakukan dengan menggunakan indicator pertanyaan yang dikur secara numerik dengan menggunakan skala liker 1-7.

3.2.2 Jenis Penelitian



Gambar 3.3 Research Design

Sumber: Malhotra, 2020

Penelitian kualitatif dan kuantitatif terbagi kedalam dua kategori yaitu Exploratory dan conclusive (Maholtra, 2020) dengan penjelasan sebagai berikut:

3.2.2.1 Exploratory Research Design

Jenis penelitian ini bertujuan untuk menambah wawasan dan memahami masalah atau fenomena yang dihadapi oleh peneliti. Informasi yang hanya digunakan secara longgar dan proses penelitian yang di adopsi bersifat tidak terstruktur (Maholtra, 2020).

3.2.2.2 Conclusive Research Design

Jenis penelitian dengan analisis data bersifat kuantitatif, sifatnya terstruktur dan dirancang untuk membantu pengambilan keputusan yang berguna untuk dalam menentukan, mengevaluasi dan memilih tindakan yang terbaik dalam situasi tertentu (Maholtra, 2020). *Conclusive Research Design* kemudiandibagi lagi ke dalam 2 jenis, yakni:

3. Descriptive Research

Jenis penelitian ini adalah *Descriptive Research* yang bertujuan untuk menjelaskan sesuatu. *Descriptive Research* dapat dibagi menjadi dua kategori: *cross-sectional Design* dan *longitudinal Design*. *Desain cross-sectional* adalah desain survei yang paling umum digunakan karena proses akuisisi data hanya dilakukan satu kali. Dengan menggunakan rancangan *single cross sectional*, pengambilan data dari responden hanya dilakukan satu kali untuk kelompok sampel yang sama. Sedangkan, *Multiple cross sectional* pengambilan sampel satu kali dengan beberapa kelompok sampel yang berbeda. *Longitudinal Design* juga merupakan desain studi yang berulang kali mengumpulkan informasi dari waktu ke waktu untuk mengukur evolusi perilaku dari sampel yang sama (Maholtra, 2020).

4. *Casual Research*

Jenis penelitian ini bertujuan memperoleh bukti mengenai hubungan sebab akibat (Maholtra, 2020). Pada penelitian ini, peneliti memutuskan untuk menggunakan descriptive research design karena ingin menggambarkan atau melihat sejauhmana pengaruh variable independen (*family background, openness to experience, conscientiousness, Extraversion, agreeableness, neuroticism , and self-efficacy*) terhadap variabel dependen yakni *entrepreneurial intention* dengan menggunakan metode survei. Metode survei dilaksanakan dengan menyebarkan kuesioner kepada para responden (mahasiswa UMN). Bentuk survei yang digunakan peneliti yaitu dengan menggunakan kuesioner online. Kuesioner yang digunakan peneliti untuk mengukur jawaban responden menggunakan 7 skala likert.

3.2.3 Data Penelitian

Menurut Malhotra (2020), terdapat dua jenis data penelitian, sebagai berikut:

1. **Primary Data**

Data primer adalah informasi yang datang langsung dari peneliti dengan tujuan tertentu untuk menyatakan atau memecahkan suatu masalah penelitian. Dimana data primer diperoleh dengan biaya yang lebih tinggi dan lebih lama (Maholtra, 2020).

2. **Secondary Data**

Data Secondary adalah data yang telah dikumpulkan untuk tujuan selain masalah saat ini. Ketika data sekunder dikumpulkan dengan cepat dan mudah dengan biaya yang relatif dan dalam waktu yang singkat (Maholtra, 2020).

Berdasarkan uraian di atas, peneliti mengaplikasikan kedua jenis data penelitian, yaitu data primer dan data sekunder untuk mendukung kegiatan penelitian. Peneliti menggunakan data primer yang dikumpulkan oleh orang secara langsung dengan cara peneliti menyebarkan kuesioner secara online menggunakan Google Forms untuk mengumpulkan data dan tanggapan individu dari responden yang hasilnya akan diolah oleh peneliti. Penggunaan kuesioner online dilakukan pada tahun karena adanya pandemi COVID-19 pada awal tahun 2019 hingga sekarang pada tahun 2022.

Selain data primer, peneliti juga menggunakan data sekunder sebagai bahan pembelajaran acuan dalam penulisan penelitian. Data sekunder digunakan peneliti untuk memperkuat latar belakang penelitian, menemukan definisi variabel penelitian, membangun hipotesis penelitian, dan menulis design penelitian. Adapun data-data sekunder yang digunakan sebagai acuan adalah sebagai berikut : jurnal internasional utama yang digunakan sebagai bahan kajian dan referensi dalam makalah penelitian, artikel dan website kredibel yang digunakan untuk memudahkan peneliti menemukan informasi yang dibutuhkan untuk suatu penelitian, dan data statistik untuk mendukung data membantu peneliti melakukan cara penelitian yang sistematis dan terstruktur.

3.3 Ruang Lingkup Penelitian

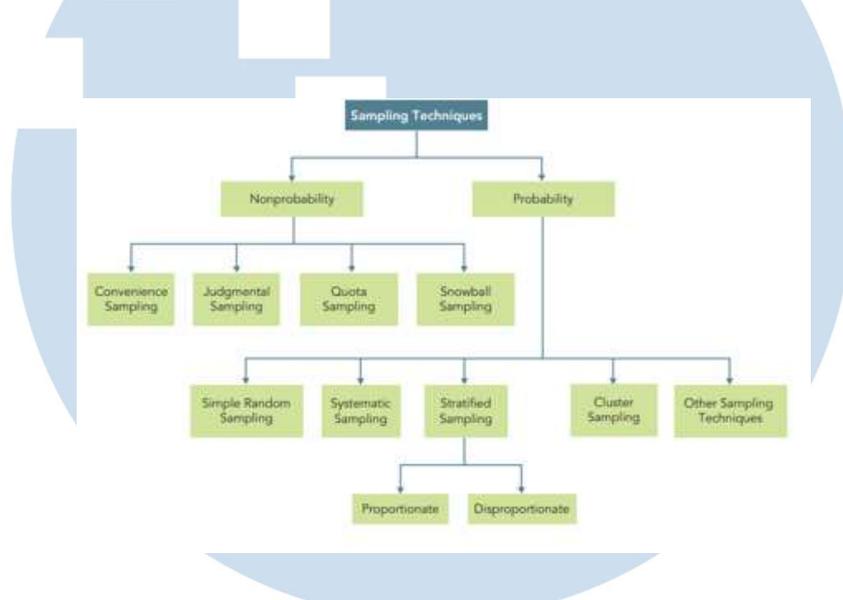
3.3.1 Target Populasi

Target Populasi adalah kumpulan item atau objek yang mengandung informasi yang dicari peneliti untuk menarik kesimpulan yang perlu mereka tarik. Populasi yang ditentukan harus benar. Jika tidak, hasilnya tidak akan efektif dan, dalam kasus terburuk, menyesatkan (Maholtra, 2020).

Jadi, populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa pada Universitas Multimedia Nusantara (UMN) angkatan tahun 2018 sampai 2021 pada fakultas bisnis, ilmu komunikasi, teknik & informatika, dan seni & desain.

3.3.2 Sampling Techniques

Sampling Techniques terbagi menjadi dua menurut Malhotra (2020) yaitu *probability sampling and non-probability sampling*



Sumber: Malhotra, (2020)

Gambar 3.4 Sampling Techniques

1. *Probability sampling technique*

Adalah metode pengambilan sampel di mana setiap anggota dipilih secara acak dan setiap orang memiliki hak yang sama untuk menjadi sampel penelitian (Maholtra, 2020). Berikut adalah Teknik-teknik yang digunakan dalam probability sampling technique:

- a. ***Simple Random Sampling*** adalah sebuah teknik pengambilan sampel yang dilakukan secara acak tanpa memperdulikan strata. Sampel yang diambil juga berasal dari anggota populasi tersebut.
- b. ***Systematic Sampling*** adalah sebuah Teknik atau cara pengambilan sampel secara sistematis atau terstruktur. Setiap elemen yang ada di populasi dipilih dengan mendapatkan pola interval atau jarak antar sampel yang telah di pilih.

- c. ***Stratified Sampling*** adalah sebuah bentuk Teknik pengambilan sampel dengan melakukan pembagian populasi ke dalam tingkatan atau strata, memilih acak sampel setiap strata.
 - d. ***Cluster Sampling*** adalah sebuah Teknik pengambilan sampel dimana seorang peneliti membentuk beberapa cluster dari hasil pemilihan Sebagian individu dari yang telah menjadi bagian dari populasi.
2. ***Non – probability sampling technique***

Adalah prosedur seleksi yang dilakukan atas dasar penilaian individu. Dengan demikian, setiap anggota populasi tidak berhak atas kesempatan yang sama sebagai sampel dalam suatu penelitian, karena pemilihannya dilakukan atas dasar kriteria atau syarat tertentu untuk kemungkinan menjadi salah satu anggota sampel di suatu sekolah (Maholtra, 2020). Menurut Malhotra, (2020) *Non – probability sampling technique* terbagi terbagi menjadi 4 jenis diantaranya sebagai berikut:

A. Convenience Sampling

Ini adalah metode pengambilan sampel yang paling mudah bagi peneliti karena merupakan metode pengambilan sampel yang nyaman bagi peneliti, dan metode yang mudah ini adalah metode pengambilan sampel yang menghemat waktu (Maholtra, 2020).

B. Judgemental Sampling

Judgment sampling adalah bentuk lain dari expedient sampling di mana anggota populasi dipilih berdasarkan penilaian peneliti. Peneliti menggunakan penilaian mereka untuk memilih item untuk dimasukkan dalam sampel yang dianggap mewakili populasi yang sesuai (Maholtra, 2020).

C. Quota Sampling

Ada dua tahap untuk pengambilan sampel. Langkah pertama adalah pengembangan kategori manajemen atau penugasan untuk elemen

populasi. Pada tahap kedua, elemen pola dipilih berdasarkan kenyamanan atau penilaian (Maholtra, 2020).

D. Snowball Sampling

Pengambilan sampel di mana kelompok asli dipilih secara acak dan dipilih berdasarkan referensi atau informasi yang diberikan oleh responden asli. Dalam proses ini, untuk mendapatkan responden yang dapat mewakili karakteristik populasi, peneliti dapat mencari rekomendasi dari kelompok sampel untuk menemukan responden yang sesuai dengan tujuan yang dimaksudkan peneliti (Maholtra, 2020).

Berdasarkan penjelasan di atas, peneliti memutuskan untuk menggunakan *non-probability sampling*. Metode pengambilan sampel tidak dipilih secara acak, tetapi dipilih secara subjektif sesuai kebutuhan peneliti, dan mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara. Jenis pengambilan sampel yang digunakan oleh peneliti adalah sampel penilaian dengan bentuk sampel terbatas, dan ada beberapa kriteria untuk antara lain:

1. Mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara pada angkatan tahun 2018 sampai 2021 di Fakultas Bisnis, Ilmu Komunikasi, Teknik dan Ilmu Komputer , Seni Rupa dan Desain.
2. Mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara yang belum memiliki usaha sendiri.

3.3.3 Sampling Size

SPSS Menurut (Maholtra, 2020) sampling size merupakan faktor yang peneliti masukkan dalam penelitian mereka. Dalam metode perhitungan penelitian Hair et al (2010), Ukuran sampel ditentukan berdasarkan jumlah pertanyaan yang digunakan dalam survei dengan asumsi pengamatan $n \times 5$. Dalam penelitian ini terdapat jumlah pertanyaan indikator sebanyak 40 buah, Oleh karena itu, ukuran sampel yang digunakan dalam survei ini minimal $40 \times 5 = 200$ responden.

3.4 Periode Penelitian

Periode penelitian ini berlangsung selama lima bulan dimulai dengan proses perumusan masalah, kerangka teori, proses pengolahan data, analisis data, dan kesimpulan saran. Survei ini dilaksanakan dari Februari 2022 sampai Juni 2022. Survei mulai didistribusikan dari 25 Februari 2022 hingga 15 Juni 2022. Kriteria responden dari penelitian ini sebagai berikut angkatan 2018 sampai 2021 oleh empat fakultas di Universitas Multimedia Nusantara dan diisi oleh **200** mahasiswa.

3.4.1 Metode Pengumpulan Data

Menurut (Maholtra, 2020), terdapat 2 metode pengumpulan informasi yang dapat dilakukan dengan cara *observation research dan survey research*.

1. *Observation Research*

Teknik metode pengumpulan ini banyak digunakan dalam penelitian deskriptif. Metode ini melibatkan pencatatan pengamatan pola perilaku subjek, objek, dan peristiwa untuk memperoleh peristiwa atau fenomena yang ingin diteliti oleh peneliti.

2. *Survey Research*

Metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara Menyusun daftar pertanyaan secara terstruktur dalam bentuk kuesioner untuk diberikan kepada responden dengan tujuan mendapatkan informasi spesifik dari peserta survei.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode survey research dalam bentuk kuesioner online link sebagai berikut:

<https://forms.gle/nkFEQfV5DGVjfgvm8> yang disebarakan kepada

Mahasiswa Univeristas Multimedia Nusantara.

3.5 Skala Pengukuran

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan skala pengukuran likert. Menurut (Munshi, 2014), skala likert adalah Digunakan untuk mengidentifikasi nilai dari “sangat setuju” hingga “sangat tidak setuju” Responden untuk *measurement* tertentu. Untuk mengukur nilai Berdasarkan jawaban responden, responden diminta untuk memilih Salah satu dari tujuh opsi dari tingkat persetujuan yang telah diberikan. Selanjutnya, hasil nilai dari semua responden. Nilai total yang dapat deskripsikan oleh objek yang diselidiki. Alasan penggunaan skala likert 7 dilakukan karena dapat meminimalisir kesalahan dan lebih presisi dan pemilihan kategori dalam kuesioner dapat lebih spesifik (Munshi, 2014). juga dapat Desain skala Likert pada skala 1-7 ditunjukkan pada Tabel 3.1 sebagai berikut:

Tabel 3. 1 Skala Likert 1-7

Jawaban	Nilai
Sangat Setuju (SS)	1
Setuju (S)	2
Agak Setuju (AS)	3
Netral (N)	4
Agak Tidak Setuju (ATS)	5
Tidak Setuju (TS)	6
Sangat Tidak Setuju (STS)	7
Jawaban	Nilai

Sumber: (Munshi, 2014)

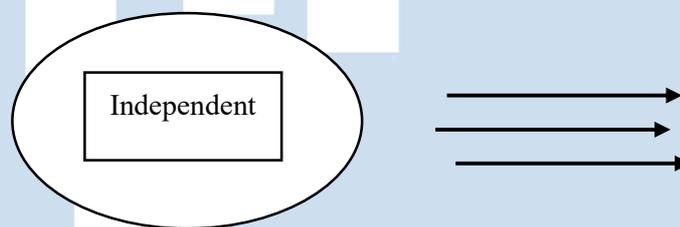
3.6 Identifikasi Variabel Penelitian

3.6.1 Variabel Independen

Variabel independen adalah setiap variabel yang dapat dipengaruhi dan ditentukan oleh faktor-faktor luar model. Jadi, Faktor tersebut tidak bisa dijelaskan dengan variabel yang lain. Jika diilustrasikan melalui gambar visual dapat terlihat

variabel independen tidak memiliki tanda panah dari variabel lain yang menghubungkannya Hair et al, (2010).

Dalam penelitian ini, variable independent yang digunakan adalah *family background* (X1), *openness to experience* (X2), *conscientiousness* (X3), *extraversion* (X4), *agreeableness* (X5), *neuroticism* (X6), dan *self-efficacy* (X7).

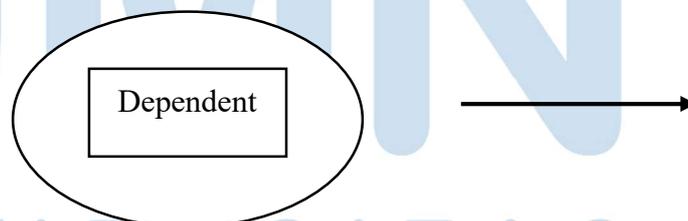


Sumber : Hair et al., 2010

Gambar 3.5 Variabel Independen

3.6.2 Variabel Dependen

Variabel dependen adalah setiap variabel yang mendapat pengaruh dari variabel lainnya Hair et al., (2010). Dalam penelitian ini, variable terikat atau dependent yang digunakan adalah *entrepreneurial intention* (Y).



Sumber : Hair et al., 2010

Gambar 3.6 Variabel Dependent

3.7 Tabel Operasional Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis memiliki 7 variabel diantaranya adalah *family background*, *openness to experience*, *conscientiousness*, *extraversion*, *agreeableness*, *neuroticism*, dan *self-efficacy*. Definisi operasional diperlukan untuk masing-masing variabel ini untuk mengukur indikator, Definisi ini disusun berdasarkan pada teori penelitian sebelumnya. Semua variabel yang disusun dengan definisi operasional diukur menggunakan skala Likert dari 1 hingga 7. Dimana angka 1 menunjukkan bahwa responden tidak setuju dan tidak sesuai dengan kepribadian responden sedangkan angka 7 menunjukkan sangat setuju dan sesuai dengan kepribadian responden.

Tabel 3. 2 Operasional Variabel Penelitian

No.	Variabel	Definisi Operasional	Kode Penelitian	Indikator	Teknik Skala
1	<i>Entrepreneurial Intention</i>	Menurut leong (2008) Mendefinisikan minat wirausaha sebagai keputusan individu yang telah teorganisir atau telah direncanakanse belumlahnya untuk membangun sebuah bisnis yang baru.	EI1	Saya akan memilih menjadi pengusaha dimasa depan (Leong, 2008).	<i>Likert</i> 1-7
			EI2	Saya berniat untuk mendirikan bisnis di masa depan (Leong, 2008).	
			EI3	Menjadi pengusaha di masa depan merupakan ide yang menarik bagi saya (Leong, 2008).	
			EI4	Saya ingin memiliki kebebasan berekspresi diri dalam bisnis saya sendiri. (Leong, 2008).	

			EI5	Saya menyukai tantangan untuk menciptakan bisnis baru. (Leong, 2008).	
--	--	--	-----	---	--

2	<i>Family Background</i>	Menurut Shen & Osorio (2017) latar belakang keluarga adalah faktor penting yang mampu mendorong individu-individu terdorong untuk membangun sebuah bisnis serta merasa di dukung dengan sumber daya yang penting seperti modal, materi, pengetahuan, serta dukungan emosional.	FB 1	Keluarga saya mendukung minat saya untuk memulai bisnis (Shen & Osorio, 2017).	<i>Likert</i> 1-7
			FB 2	Keluarga mendorong saya untuk memulai bisnis (Shen & Osorio, 2017).	
			FB 3	Keluarga saya akan memberikan bantuan modal usaha jika saya membutuhkannya (Shen & Osorio, 2017).	
			FB 4	Keluarga saya akan membantu pemenuhan sumber daya (peralatan dan perlengkapan) untuk memulai bisnis jika saya membutuhkannya (Shen & Osorio, 2017).	

			FB 5	Keluarga saya memberikan saran/masukan yang membantu saya untuk memulai bisnis (Shen & Osorio, 2017).	
--	--	--	------	---	--

3	<i>Openness to Experience</i>	Menurut John & Srivastava (1999) personality traits adalah ciri-ciri kepribadian yang dipelajari secara mendalam bertujuan untuk mengetahui dampak dari perbedaan karakter individu pada niat wirausaha serta menjelaskan pilihan karir seseorang juga adalah cerminan dari ekspresi dari kepribadian itu sendiri.	OE1	Saya adalah orang yang orisinil, selalu memiliki ide-ide baru (John & Srivastava, 1999)	<i>Likert</i> 1-7
			OE2	Saya adalah orang dengan rasa ingin tahu yang tinggi (John & Srivastava, 1999).	
			OE3	Saya adalah orang yang cerdas, selalu berpikir sebelum bertindak (John & Srivastava, 1999).	
			OE4	Saya adalah orang dengan daya imajinasi yang tinggi (John & Srivastava, 1999).	
			OE5	Saya adalah orang yang suka menciptakan hal-hal baru (John & Srivastava, 1999).	

4	<i>conscientiousness</i>	Menurut John & Srivastava (1999) personality traits adalah ciri-ciri kepribadian yang dipelajari secara mendalam bertujuan untuk mengetahui dampak dari perbedaan karakter individu pada niat wirausaha serta menjelaskan pilihan karir seseorang juga adalah cerminan dari ekspresi dari kepribadian itu sendiri	C1	Saya adalah orang yang menyelesaikan pekerjaan sampai tuntas (John & Srivastava, 1999).	<i>Likert</i> 1-7
			C2	Saya adalah orang yang dapat diandalkan saat bekerja tuntas (John & Srivastava, 1999).	
			C3	Saya adalah orang yang dapat menyelesaikan tugas hingga akhir (John & Srivastava, 1999).	
			C4	Saya adalah orang yang melakukan sesuatu secara efisien (John & Srivastava, 1999).	
			C5	Saya adalah orang yang membuat rencana dan mengikuti rencana tersebut (John & Srivastava, 1999).	
5	<i>extraversion</i>	Menurut John & Srivastava (1999) personality traits adalah ciri-ciri kepribadian yang dipelajari secara mendalam	EX1	Saya adalah orang yang banyak bicara (John & Srivastava, 1999).	<i>Likert</i> 1-7
			EX2	Saya adalah orang yang penuh energik (John & Srivastava, 1999).	

		bertujuan untuk mengetahui dampak dari perbedaan karakter individu pada niat wirausaha serta menjelaskan pilihan karir seseorang juga adalah cerminan dari ekspresi dari kepribadian itu sendiri	EX3	Saya adalah orang yang dapat membuat meriah suasana (John & Srivastava, 1999).	
			EX4	Saya adalah orang yang mengambil resiko penuh pertimbangan (John & Srivastava, 1999).	
			EX5	Saya adalah orang yang ramah, mudah bergaul (John & Srivastava, 1999).	

6	<i>agreeableness</i>	Menurut John & Srivastava (1999) personality traits adalah ciri-ciri kepribadian yang dipelajari secara mendalam bertujuan untuk mengetahui dampak dari perbedaan karakter individu pada niat wirausaha serta menjelaskan	AG1	Saya adalah orang yang tidak takut untuk berbeda pendapat dengan orang lain (John & Srivastava, 1999).	<i>Likert</i> 1-7
			AG2	Saya adalah orang yang memiliki sifat penyendiri serta sikap dingin terhadap orang lain (John & Srivastava, 1999)..	
			AG3	Saya adalah orang yang terkadang kasar kepada orang lain (John & Srivastava, 1999)..	

		pilihan karir seseorang juga adalah cerminan dari ekspresi dari kepribadian itu sendiri	AG4	Saya adalah orang yang tidak saling membantu dan egois dengan orang lain (John & Srivastava, 1999).	
			AG5	Saya adalah orang yang tidak mudah bersepakat dengan orang lain (John & Srivastava, 1999).	

7	<i>neuroticism</i>	Menurut John & Srivastava (1999) personality traits adalah ciri-ciri kepribadian yang dipelajari secara mendalam bertujuan untuk mengetahui dampak dari perbedaan karakter individu pada niat wirausaha serta menjelaskan pilihan karir seseorang juga adalah cerminan dari	NE1	Saya adalah orang yang santai, menangani stres dengan baik (John & Srivastava, 1999).	<i>Likert</i> 1-7
			NE2	Saya adalah orang yang stabil secara emosional, tidak mudah marah (John & Srivastava, 1999).	
			NE3	Saya selalu tetap tenang saat menghadapi situasi tegang. (John & Srivastava, 1999).	
			NE4	Saya adalah orang yang tidak mudah Khawatir (John & Srivastava, 1999).	

		ekspresi dari kepribadian itu sendiri.	NE5	Saya adalah orang yang tidak mudah depresi (John & Srivastava, 1999)..	
--	--	--	-----	--	--

8	<i>Self-efficacy</i>	Menurut Schwarz & Jerusalem (1995) self efficacy adalah salah satu bentuk kognitif seseorang terhadap kemampuannya untuk menggunakan motivasi, sumber daya yang dimiliki, serta tindakan yang diperlukan ketika mengatasi masalah di dalam hidupnya.	SE1	Saya selalu dapat memecahkan masalah yang sulit jika saya berusaha (Schwarzer & Jerusalem, 1995)	<i>Likert</i> 1-7
			SE2	Saya sangat fokus pada tujuan yang ingin saya dicapai (Schwarzer & Jerusalem, 1995).	
			SE3	Saya tahu bagaimana menangani situasi yang tidak terduga dengan memanfaatkan sumber daya yang saya miliki (Schwarzer & Jerusalem, 1995)	
			SE4	Saya selalu tenang saat menemui masalah yang sulit karena saya memiliki kemampuan memecahkan masalah yang baik (Schwarzer & Jerusalem, 1995)	

			SE5	Saya selalu mencari solusi ketika saya dalam masalah (Schwarzer & Jerusalem, 1995)	
--	--	--	-----	--	--

Sumber: Data Peneliti, 2022

3.8 Teknik Pengolahan Analisis Data

3.8.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah sejauh mana seorang peneliti mampu secara akurat mengukur pengukuran dan mewakili apa yang seharusnya. Validasi dimulai dengan pemahaman yang mendasar dan lengkap tentang apa yang diukur sebelum membuat pengukuran akurat, tetapi akurasi tidak menjamin validitas (Hair et al., 2010). Apabila tidak terdapat kesalahan dalam pengukuran sebuah variabel maka dapat disimpulkan bahwa setiap indikator pertanyaan memiliki validitas yang sangat tinggi (Maholtra, 2020)

Dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan pengujian validitas sebuah variabel untuk mengolah data *pre-test* melalui *software* SPSS versi 25 untuk mengukur seberapa valid seluruh indikator pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner. Menurut (Maholtra, 2020), sebuah penelitian akan dinyatakan valid apabila jika memenuhi sebagai berikut :

Tabel 3.3 Faktor Pengukuran Validitas

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

No.	Ukuran Validitas	Definisi	Persyaratan Nilai
1.	<i>Kaiser Meyer Olkin (KMO) Measure of Sampling Adequacy</i>	Merupakan suatu indeks yang digunakan untuk Menguji sebuah kelayakan sebuah model analisis pada suatu penelitian	Nilai indeks KMO \geq 0.5 memiliki arti bahwa analisis faktor dinyatakan VALID, sedangkan nilai indeks KMO \leq 0.5 memiliki arti bahwa analisis faktor dinyatakan TIDAK VALID.

2.	Factor Loading of Component Matrix	Pengujian ini bertujuan untuk menentukan besaran korelasi antara indikator dengan faktor yang terbentuk.	Nilai faktor loading \geq 0.5 atau lebih memiliki arti bahwa kriteria validitas pada suatu indikator dinyatakan VALID karena membentuk faktor.
3.	<i>Anti Image Correlation Matrics</i>	Suatu pengujian ini yang digunakan untuk melihat ada atau tidaknya kesalahan terhadap	Nilai MSA \geq 0.50 memiliki arti bahwa secara keseluruhan variabel masih dapat

		variabel lainnya.	diprediksi dan dianalisis lebih lanjut, sedangkan nilai MSA ≤ 0.50 dapat diartikan bahwa keseluruhan variabel tidak dapat diprediksi dan tidak dapat dianalisis lebih Lanjut.
4.	Bartlett's Test of Sphericity	Pengujian ini dilakukan untuk menguji sebuah hipotesis bahwa pada setiap variabel yang terkait tidak ada korelasi dalam populasi.	Hasil nilai uji signifikan ≥ 0.05 memiliki arti bahwa terdapat korelasi yang signifikan antar variabel, sedangkan hasil nilai uji signifikan ≤ 0.05 memiliki arti bahwa tidak terdapat korelasi yang signifikan antar variabel.

Sumber : (Maholtra, 2020)

3.8.2 Uji Reliabilitas

Pengujian ini merupakan sebuah instrumen yang bertujuan untuk mengetahui skala yang digunakan dalam penelitian apakah mampu memberikan jawaban yang konsisten. Ketika pengukuran dilakukan berkali-kali (Malhotra, 2020). Suatu kuesioner akan dinyatakan dapat diandalkan apabila jawaban setiap responden tersebut konsisten atau tidak berubah-ubah dan dapat digunakan seterusnya. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan uji reliabilitas dengan menggunakan uji statistik *Cronbach alpha*. Data dapat dinyatakan reliabel ketika nilai dari *Cronbach alpha* melebihi > 0.7 karena dapat memberikan *support* pada konsistensi internal (Malhotra, 2020). Berdasarkan (Hair, et al., 2010), nilai tingkat reliabel Cronbach's Alpha dapat terlihat sebagai berikut:

Tabel 3. 4 Nilai Tingkat Reliabel Cronbach's Alpha

Nilai Cronbach's Alpha	Nilai Tingkat Reliabel
0,00 – 0,20	Kurang Andal
>0,20 – 0,40	Agak Andal
>0,40 – 0,60	Cukup Andal
>0,60 – 0,80	Andal
>0,80 – 1,00	Sangat Andal

Sumber : (Hair et al., 2010)

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

Blue Regression yang dikenal sebagai *best linear unbiased estimator* adalah prinsip yang memiliki kriteria data harus normal, tidak terjadi heteroskedastisitas, dan data tidak terjadi multikolinieitas. Apabila ketiga kriteria tersebut terpenuhi maka model regresi dapat dikatakan memenuhi prinsip BLUE regression (Ghozali, 2017).

3.8.3.1 Uji Multikolinieritas

Menurut (Ghozali, 2018), uji multikolinieritas adalah suatu pengujian yang sering digunakan mayoritas peneliti mempunyai tujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi antara variabel independen dalam model regresi.

Peneliti ingin melakukan pengujian uji multikolinieritas dalam penelitian ini untuk memprediksi korelasi antara variabel independent dalam model regresi dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* dan *tolerance*. Model regresi yang memiliki multikolinieritas yaitu model yang mempunyai nilai $VIF < 10$ dan angka *tolerance* $< 0,1$.

3.8.3.2 Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji yang paling banyak digunakan oleh peneliti untuk mengetahui distribusi normal pada model regresi (Ghozali, 2018). Dalam penelitian ini, peneliti melaksanakan uji normalitas ini dengan menggunakan Kolmogorov- Smirnov pendekatan monte carlo. Suatu model akan dikatakan baik dan terdistribusi normal jika memiliki angka signifikansi $> 0,05$ (Ghozali, 2018).

Selanjutnya, peneliti ingin menguji normalitas sebuah model melainkan menggunakan grafik histogram dan *Normal P-Plot*. Suatu model regresi akan dikatakan baik dan terdistribusi normal apabila bentuk dari grafik histogram berbentuk seperti lonceng konsisten posisi titik-titik berada di tengah. Lalu, Normal P-Plot, data akan dikatakan baik dan distribusi normal jika data terlihat menyebar atau tidak berkumpul pada satu titik (Ghozali, 2018).

3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas adalah sebuah uji yang bertujuan untuk menemukan ada atau tidaknya kecocokan varians dalam suatu model regresi. Suatu model regresi akan dikatakan model yang baik jika tidak terdapat heteroskedastisitas (Ghozali, 2018).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan uji Glejser dalam melakukan pengujian heteroskedastisitas. Pendekatan uji Glejser memiliki ketentuan bahwa suatu model regresi akan dikatakan baik dan tidak terjadi heteroskedastisitas apabila mempunyai nilai signifikansi $> 0,05$ (Ghozali, 2018).

3.8.4 Uji Hipotesis

3.8.4.1 Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Uji analisis regresi linier berganda adalah uji yang sering di aplikasikan peneliti ke dalam penelitiannya yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh korelasi antara variabel independent dengan variabel dependen (Ghozali, 2018).

Dikarenakan penelitian ini terdapat lebih dari satu variabel independent maka, peneliti menggunakan regresi linier berganda (*multiple regression analysis*). Dalam penelitian ini persamaan regresi linier berganda akan dijabarkan sebagai berikut :

$$Y' = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

Y = Entrepreneurial intention

α = Konstanta

β = Koefisien Regresi

X1= Family Background

X2= Conscientiousness

X3= Openness to Experience

X4= Extraversion

X5= Agreeableness

X6= Neuroticism

X7= Self-efficacy

e = Residual (error)

3.8.4.2 Uji Koefisien Determinasi

Menurut (Ghozali, 2018), definisi dari uji koefisien determinasi adalah uji yang menjelaskan dan mengukur seberapa besar proporsi variasi dari variabel dependen dengan nilai R² antara nol serta satu ($0 < R^2 < 1$).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan uji koefisien determinasi memiliki ketentuan sebagai berikut : jika nilai R square (R²) mendekati angka 1 dapat disimpulkan bahwa kemampuan variabel independen tidak terbatas serta seluruh informasi yang dikumpulkan mampu memprediksi variasi variabel dependen. Sebaliknya apabila nilai R square (R²) kecil dapat diartikan bahwa kemampuan variabel independen terbatas dalam menjelaskan variasi variabel dependen.

3.8.4.3 Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Uji signifikan simultan merupakan uji yang paling umum untuk menguji ada atau tidaknya pengaruh variabel independen pada variabel dependen yang dimasukkan ke dalam model dan di uji secara bersamaan (Ghozali, 2016).

Peneliti menggunakan uji statistik F yang berpedoman pada kriteria besaran F value dengan tingkat signifikansi 0,05. Berdasarkan pedoman diatas, jika tingkat signifikansi $\geq 0,05$ dan F-Value < 4 maka H1 ditolak. Apabila tingkat signifikansi $\leq 0,05$ dan F-Value > 4 maka H1 diterima.

3.8.4.4 Uji Signifikan Parameter Individual (Uji t)

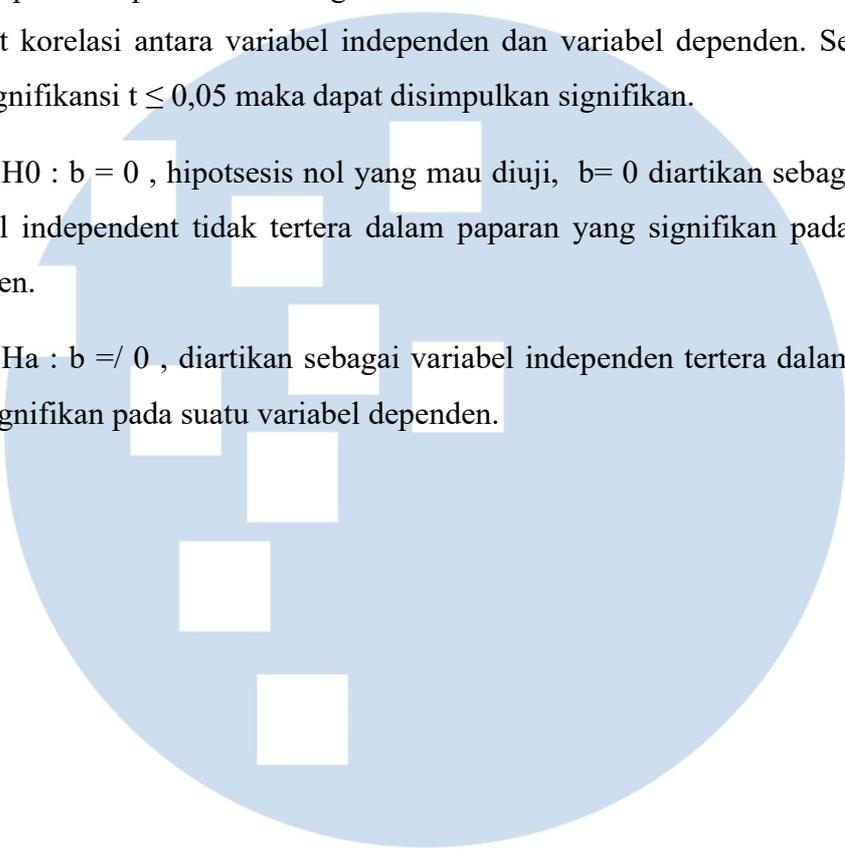
Menurut (Ghozali, 2018), Uji T instrumen pengujian yang sering digunakan peneliti untuk mengetahui seberapa dalam pengaruh setiap variabel independen pada variabel dependen.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan uji statistik T dengan level signifikansi 0,05 ($\alpha = 5\%$) dengan memiliki ketentuan jika nilai signifikansi $t > 0,05$

maka dapat disimpulkan tidak signifikan H_0 diterima dan H_1 ditolak karena tidak terdapat korelasi antara variabel independen dan variabel dependen. Sedangkan, nilai signifikansi $t \leq 0,05$ maka dapat disimpulkan signifikan.

$H_0 : b = 0$, hipotesis nol yang mau diuji, $b = 0$ diartikan sebagai sebuah variabel independent tidak tertera dalam paparan yang signifikan pada variabel dependen.

$H_a : b \neq 0$, diartikan sebagai variabel independen tertera dalam paparan yang signifikan pada suatu variabel dependen.

A large, light blue circular watermark logo is centered on the page. It features a stylized 'U' shape with a vertical bar in the center, resembling a graduation cap or a similar symbol.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA