

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

##### 3.1.1 Generasi Z

Generasi Z merupakan generasi yang lahir antara tahun 1997 – 2012 (Rizal & Nugroho, 2021). Generasi Z merupakan generasi yang dikenal sebagai generasi digital (Himpunan Mahasiswa Teknik Industri, 2021). Generasi Z dianggap sebagai generasi yang memiliki keahlian serta kebiasaan dalam menggunakan teknologi digital secara cepat dan mudah (Himpunan Mahasiswa Teknik Industri, 2021). Saat ini, Generasi Z menjadi mayoritas dalam komposisi penduduk di Indonesia, jumlahnya mencapai 74,93 juta orang atau sekitar 27,94% dari total populasi (Rainer, 2023).

Menurut Stillman *et al.* (2018) yang tertulis dalam (Adityara et al., 2019), Generasi Z mempunyai tujuh sifat karakteristik, yaitu:

1. Digital, artinya Generasi Z akan membawa dinamika baru ke lingkungan kerja yang tidak dialami oleh generasi sebelumnya. Mereka akan menggabungkan dunia fisik dan *digital* dalam gaya hidup, konsumsi, dan cara bekerja. Teknologi seperti Skype, Line, dan WhatsApp akan menjadi bagian integral dari interaksi dan kolaborasi mereka.
2. Hiper-Kustomisasi, artinya Generasi Z terus berusaha menyesuaikan identitas mereka dan melakukan personalisasi untuk mendapatkan pengakuan dari dunia. Keahlian mereka dalam menyesuaikan segala hal menciptakan harapan bahwa cara berpikir dan keinginan mereka sudah sangat familiar dan dapat dipahami dengan mudah.
3. Realistis, artinya Generasi Z yang sejak awal telah mengalami tantangan berat yang memaksa mereka untuk membentuk pola pikir pragmatis dalam merencanakan dan mempersiapkan masa depan mereka.

4. Fomo, artinya Generasi Z memiliki ketakutan yang mendalam akan ketinggalan informasi. Mereka selalu berusaha untuk menjadi yang pertama dalam mengikuti tren dan kompetisi. Tetapi, mereka juga cemas jika tidak mampu bergerak dengan cepat atau mengikuti arah yang tepat.
5. Weconomist, artinya Generasi Z cenderung berorientasi pada ekonomi berbagi. Mereka mendorong perusahaan untuk mengubah struktur internal dan eksternal guna meningkatkan efisiensi dan menghemat biaya. Generasi Z menggunakan kekuatan kolaboratif mereka dalam peran filantropis, serta mengharapkan kemitraan dengan pimpinan perusahaan untuk mengatasi ketidakadilan yang mereka temui di dunia. Generasi Z juga dianggap lebih memilih untuk bergabung dengan perusahaan yang berkontribusi pada masyarakat.
6. DIY, artinya Generasi Z yang tumbuh dengan akses internet memberikan mereka kemudahan untuk mempelajari berbagai keterampilan. Generasi Z cenderung mandiri dan mungkin bertentangan dengan budaya kolektif yang lebih ditekankan oleh generasi sebelumnya, yaitu Millenials. Generasi Z percaya bahwa segala sesuatu yang ingin dilakukan dengan benar, maka lakukanlah sendiri.
7. Terpacu, artinya Generasi Z memiliki keyakinan bahwa ada orang yang berhasil dan yang gagal. Dampak resesi yang membuat generasi sebelumnya ragu-ragu dan laju perubahan yang sulit diikuti, menjadikan Generasi Z sebagai kelompok yang sangat termotivasi.

### **3.1.2 Kota Jambi**

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Gambar 3. 1 Peta Provinsi Jambi

Sumber: (Wikipedia, 2021)

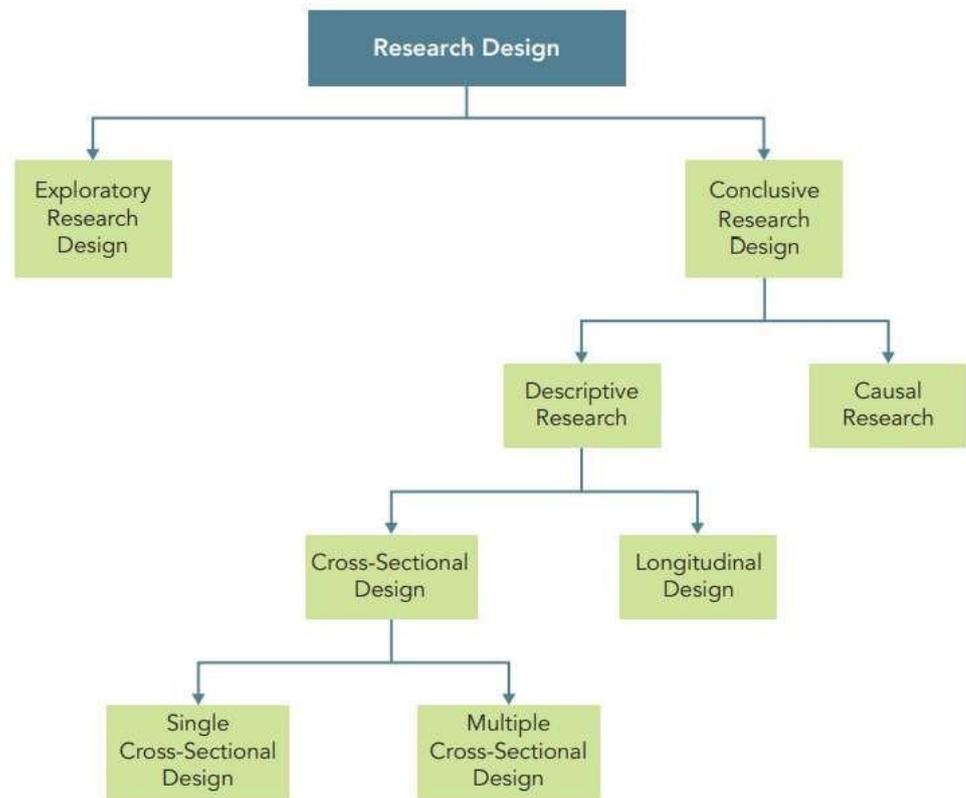
Indonesia merupakan negara kepulauan yang mempunyai 38 provinsi (Finaka et al., 2022). Provinsi Jambi merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang berada pada pulau Sumatera. Provinsi Jambi mempunyai luas wilayah 50.160,05 km<sup>2</sup> dengan total 9 kabupaten dan 2 kota (Wikipedia, 2024a). Kota Jambi merupakan ibu kota dari Provinsi Jambi.

Kota Jambi menjadi kawasan dengan populasi terbesar di Provinsi Jambi yang mencakup sekitar 17% dari total jumlah penduduk provinsi tersebut (Wikipedia, 2024b). Dengan populasi sebesar 621.365 jiwa pada tahun 2021, Kota Jambi juga dikenal sebagai salah satu daerah dengan keragaman penduduk yang paling tinggi di Provinsi Jambi (Wikipedia, 2024b).

### 3.2 Desain Penelitian

Menurut Malhotra (2020), desain penelitian atau *research design* adalah kerangka atau rancangan dasar untuk melakukan proyek penelitian pasar. Dalam melakukan sebuah penelitian, peneliti membutuhkan sebuah

perancangan dan perencanaan agar penelitian bisa dilakukan secara lancar dan sistematis. Desain penelitian terdiri dari 2 bagian, yaitu *Exploratory Research Design* dan *Conclusive Research Design* (Malhotra, 2020).



Gambar 3. 2 Research Design

Sumber: (Malhotra, 2020)

### 3.2.1 Jenis Penelitian

*Research design* terbagi menjadi dua bagian (Malhotra, 2020), yaitu sebagai berikut:

#### 1. *Exploratory Research Design*

*Exploratory research design* adalah desain penelitian yang menjelaskan hubungan antara variabel penelitian dengan menggunakan pengujian hipotesis yang bertujuan untuk memberikan wawasan dan pemahaman tentang masalah yang sedang diteliti. Desain penelitian ini biasanya digunakan saat sebuah penelitian memerlukan pemahaman yang lebih rinci

tentang masalah yang ada, serta identifikasi yang relevan sebelum melakukan pengembangan pendekatan. Penelitian dengan desain *exploratory* ini cenderung tidak terstruktur dan lebih fleksibel. Data yang digunakan dalam desain ini adalah data primer yang diolah secara kualitatif, dengan sampel yang kecil dan tidak representatif.

## 2. *Conclusive Research Design*

*Conclusive Research Design* adalah suatu kerangka penelitian yang bertujuan untuk menguji hipotesis spesifik dan menyelidiki hubungan tertentu antara variabel. Desain penelitian *conclusive* cenderung lebih terstruktur dan formal daripada penelitian *exploratory*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan informasi yang jelas yang didefinisikan dengan baik, dengan menggunakan sampel yang besar dan representatif. Hasil dari penelitian ini digunakan sebagai dasar untuk pengambilan keputusan manajerial yang penting. Terdapat dua jenis desain penelitian *conclusive*, yaitu:

### a. *Descriptive Research Design*

*Descriptive Research Design* adalah suatu pendekatan penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan sifat dan karakteristik dari suatu kondisi atau pasar. Melalui desain penelitian *descriptive* ini, peneliti berupaya untuk mengukur pemahaman tentang faktor-faktor sosial yang berbeda atau situasi tertentu yang ada dalam sebuah penelitian. Metode yang umum digunakan dalam desain penelitian *descriptive* meliputi survei, panel, atau observasi data. Dalam desain penelitian *descriptive*, terdapat dua klasifikasi utama yang bisa dipertimbangkan, yaitu:

- *Cross Sectional Research Design*, adalah suatu pendekatan penelitian yang digunakan untuk mengumpulkan informasi tentang setiap elemen dalam sampel pada satu waktu tertentu, di mana data hanya dikumpulkan sekali. Ada dua cara yang bisa digunakan untuk pengumpulan data, yaitu *single cross sectional* dan *multiple cross sectional*. *Single*

*cross sectional* merujuk pada pengumpulan informasi yang dilakukan sekali dari satu kelompok responden yang berasal dari populasi target. Sementara itu, *Multiple Cross Sectional* mengacu pada pengumpulan data yang juga dilakukan sekali, tetapi dari dua responden atau lebih.

- *Longitudinal Design*

*Longitudinal Design* adalah suatu penelitian yang memberikan analisis mendalam tentang situasi dan perubahan dari waktu ke waktu. Penelitian ini menggunakan sampel yang tetap dan konsisten dari waktu ke waktu, serta memperhatikan variabel yang sama selama penelitian dilakukan.

b. *Causal Research Design*

*Causal Research Design* adalah desain penelitian yang digunakan untuk menetapkan bukti terhadap hubungan sebab-akibat antara variabel-variabel dalam penelitian. Salah satu kesamaan antara jenis penelitian ini dengan penelitian *descriptive* adalah sama-sama menggunakan desain penelitian yang terstruktur dan direncanakan dengan baik. Metode yang umum digunakan dalam penelitian *causal* adalah melakukan eksperimen.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *conclusive research design* atau pendekatan penelitian kuantitatif. Peneliti menggunakan jenis desain penelitian *descriptive* dengan tujuan untuk menguji hipotesis serta memahami pengaruh variabel *Risk Taking*, *Innovation*, *Proactivity*, dan *Gender* terhadap *Entrepreneurial Readiness*. Peneliti mengumpulkan data dengan menggunakan *single cross sectional* karena pengambilan data hanya dilakukan sekali kepada setiap sampel penelitian. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah dengan menyebarkan kuesioner kepada responden sesuai dengan target penelitian. Skala penelitian yang digunakan adalah skala likert 1-5, di mana nilai

1 menunjukkan sangat tidak setuju, nilai 2 menunjukkan tidak setuju, nilai 3 netral, nilai 4 setuju, dan nilai 5 sangat setuju.

### 3.2.2 Data Penelitian

Menurututama (2016), data adalah informasi yang faktual yang digunakan sebagai dasar untuk penalaran, diskusi, atau perhitungan, terutama dalam penelitian ilmiah (Salmaa, 2021). Menurut Malhotra (2020), data penelitian terbagi menjadi dua jenis, yaitu sebagai berikut:

#### 1. Data Primer (*Primary Data*)

Data primer adalah data yang disusun oleh peneliti yang bertujuan untuk memecahkan masalah dalam sebuah penelitian. Informasi dalam data primer dapat dikumpulkan melalui wawancara, survei, atau kuesioner baik secara langsung maupun tidak langsung (*online*).

#### 2. Data Sekunder (*Secondary Data*)

Data sekunder adalah data yang didapatkan berasal dari jurnal, buku, situs web, penelitian sebelumnya, dan data dari perusahaan. Data sekunder biasanya digunakan untuk menyelesaikan masalah penelitian lain.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan data primer sebagai data dalam penelitian yang dikumpulkan langsung oleh peneliti sendiri. Data primer ini diperoleh dengan menyebarkan survei terhadap responden yang merupakan bagian dari populasi target penelitian. Survei yang disebarkan menggunakan *Google Form* dengan *link* atau tautan sebagai berikut <https://forms.gle/V4UVVrVLsRGWggz46>. Selain itu, peneliti juga menggunakan data sekunder, seperti buku, jurnal ilmiah, artikel, dan situs web, sebagai data pendukung untuk penelitian ini.

### 3.3 Metode Penelitian

Dalam melakukan sebuah penelitian terdapat dua jenis metode penelitian yang bisa digunakan (Malhotra, 2020), yaitu:

#### 1. *Qualitative Research*

*Qualitative Research* atau penelitian kualitatif adalah suatu pendekatan eksploratif yang tidak terstruktur, biasanya penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *sample* yang kecil. Penelitian jenis ini biasanya dilakukan dengan tujuan untuk memberikan pemahaman mendalam atau wawasan tentang pemecahan masalah penelitian.

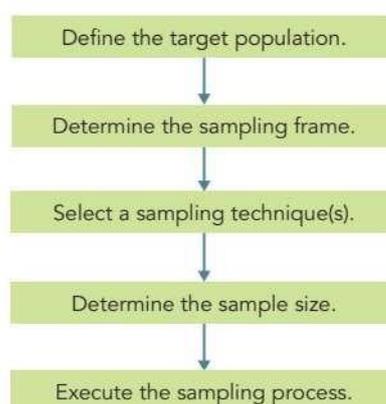
## 2. *Quantitative Research*

*Quantitative Research* atau penelitian kuantitatif adalah suatu pendekatan penelitian yang bertujuan untuk mengukur data secara numerik dengan menggunakan berbagai analisis statistik untuk menginterpretasikan hasilnya.

Dalam penelitian ini, metode penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah *quantitative research* atau penelitian kuantitatif. Peneliti mengumpulkan data dengan menyebarkan kuisioner kepada target responden. Hasil dari kuisioner tersebut nantinya akan berupa data numerik yang akan di analisis dengan menggunakan *tools* statistik.

### 3.4 Populasi dan Sampel Penelitian

Menurut (Malhotra, 2020), *sampling design process* terdiri dari lima tahapan yang disajikan secara berurutan seperti yang terlihat pada gambar 3.4.1. Setiap tahapan ini sangat berkaitan antara yang satu dengan yang lain, dari tahap awal yang dimana mendefinisikan masalah sampai ke tahap akhir yaitu penyajian hasil. Oleh karena itu, hasil dari desain *sample* harus selaras dengan keputusan lain dalam penelitian ini.



### *Gambar 3. 3 The Sampling Design Process*

Sumber: Malhotra (2020)

Dalam melakukan penentuan *sample*, pertama-tama peneliti harus menentukan serta mengidentifikasi sasaran atau target populasi yang sesuai dengan penelitian yang dilakukan. Setelah itu, peneliti menentukan *sampling frame* dan memilih *sampling techniques* yang akan digunakan dalam penelitian. Tahap selanjutnya, peneliti harus menentukan *sample size* yang mau digunakan. Terakhir, peneliti akan melakukan eksekusi dari *sampling process* yang telah ditentukan.

#### **3.4.1 Target Populasi**

Menurut Malhotra (2020), target populasi adalah sekumpulan objek yang mengandung informasi yang diperlukan oleh peneliti untuk dapat membuat kesimpulan akhir. Penentuan target populasi dilakukan sesuai dengan kebutuhan penelitian untuk memastikan bahwa penelitian yang dilakukan efisien dan hasilnya relevan dengan tujuan penelitian. Pada penelitian ini, target populasi yang ditentukan oleh peneliti adalah Generasi Z yang berasal dari Jambi.

#### **3.4.2 Sampling Frame**

*Sampling frame* atau kerangka sampel adalah gambaran dari seluruh elemen dalam populasi target yang telah ditentukan oleh peneliti sebelum melakukan pengambilan sampel (Malhotra, 2020). *Sampling frame* dibuat untuk membantu peneliti dalam mengenali dan menentukan populasi sasaran penelitian. Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah Generasi Z khususnya yang memiliki rentang usia 15-24 tahun yang berada pada Kota Jambi.

#### **3.4.3 Sampling Unit**

*Sampling unit* adalah sebuah elemen atau unit yang tersedia untuk dipilih pada tahap tertentu dari proses pengambilan sampel (Malhotra, 2020). Dalam penelitian ini, *sampling unit* yang digunakan oleh peneliti adalah Generasi Z

yang memiliki rentang usia dari 15 hingga 24 tahun serta telah mendapatkan pendidikan tentang kewirausahaan.

#### **3.4.4 Sampling Techniques**

Menurut Malhotra (2020), *sample* adalah sebuah gambaran dari target populasi penelitian yang telah ditentukan oleh peneliti. Teknik pengambilan *sampling* terdiri dari dua klasifikasi, yaitu *probability sampling* dan *non-probability sampling* (Malhotra, 2020).

##### **1. Probability Sampling**

*Probability Sampling* atau sampel probabilitas adalah metode yang digunakan oleh peneliti untuk memilih unit sampel yang dimana setiap sampel memiliki peluang yang sama untuk dipilih. Dalam jenis *sampling* ini, setiap individu memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi sampel dalam penelitian. Menurut Malhotra (2020), dalam *probability sampling*, terdapat lima teknik yang bisa digunakan oleh peneliti, yaitu:

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

*Simple random sampling* adalah teknik yang dimana setiap bagian dari populasi memiliki kesempatan yang jelas dan sama untuk dipilih. Setiap contoh dari ukuran yang sama memiliki nilai yang diketahui dan sama dengan contoh yang dipilih. Ini berarti setiap bagian dipilih secara bebas tanpa dipengaruhi oleh bagian lain.

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

*Systematic sampling* adalah teknik yang dimana sampel yang dipilih secara acak dari daftar sampel yang ada dan kemudian diambil secara berurutan dari posisi awal.

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

*Stratified sampling* adalah teknik yang dimana terdiri dari proses dua tahap yang membagi populasi menjadi kelompok subpopulasi atau strata. Setiap strata harus saling terpisah dan sepenuhnya mencakup, yang berarti setiap bagian populasi hanya boleh termasuk dalam satu strata, dan tidak boleh ada bagian populasi yang tertinggal.

#### 4. *Cluster Sampling*

*Cluster sampling* adalah metode pengambilan sampel klaster yang dimana populasi awal dibagi menjadi kelompok subpopulasi yang saling melengkapi secara keseluruhan.

#### 5. *Other Probability Sampling Techniques*

*Other probability sampling techniques* adalah metode riset pemasaran yang mencakup pengambilan sampel berurutan dan pengambilan sampel ganda.

### 2. *Non-probability Sampling*

*Non-probability Sampling* atau sampel nonprobabilitas adalah metode pengambilan unit sampel yang digunakan oleh peneliti di mana setiap sampel tidak memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih, melainkan dipilih oleh peneliti berdasarkan pada penelitian pribadi peneliti. Menurut Malhotra (2020), dalam *non-probability sampling* terdapat empat teknik yang bisa digunakan oleh peneliti, yaitu:

#### 1. *Convenience Sampling*

*Convenience sampling* adalah metode pengambilan sampel yang memilih sampel dan melakukan penelitian berdasarkan kenyamanan peneliti. Dalam metode ini, responden seringkali dipilih karena mereka tersedia di lokasi dan waktu yang sesuai bagi peneliti.

#### 2. *Judgemental Sampling*

*Judgemental sampling* adalah metode pengambilan sampel yang dimana peneliti secara langsung memilih elemen populasi. Dalam metode ini, peneliti harus mengidentifikasi elemen yang dapat secara tepat mewakili populasi yang ingin diteliti, sehingga dapat dipastikan bahwa sampel yang digunakan mewakili populasi penelitian secara keseluruhan.

#### 3. *Quota Sampling*

*Quota sampling* adalah metode pengambilan sampel yang melibatkan dua langkah. Pada langkah pertama, peneliti menetapkan kuota untuk setiap elemen berdasarkan ukuran populasi mereka. Pada langkah kedua,

peneliti memilih sampel yang sesuai dengan kuota yang telah ditetapkan menggunakan teknik *convenience sampling* atau *judgemental sampling*.

#### 4. *Snowball Sampling*

*Snowball sampling* adalah metode pengambilan sampel yang bergantung pada referensi atau rekomendasi dari *sample* sebelumnya. Dalam teknik ini, responden awalnya dipilih secara acak, dan kemudian peneliti meminta referensi untuk mengidentifikasi responden berikutnya.

Dalam penelitian ini, *sampling technique* yang digunakan oleh peneliti adalah *non-probability sampling*. Peneliti menggunakan teknik ini karena calon responden harus melalui proses seleksi yang berdasarkan pada kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti. Metode yang digunakan peneliti dalam *non-probability sampling* adalah *judgemental sampling* karena sampel yang dipilih oleh peneliti memiliki kriteria tertentu. Adapun kriteria objek penelitian yang ditentukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Generasi Z yang memiliki rentang usia antara 15-24 tahun.
2. Berdomisili di Kota Jambi.
3. Telah mendapatkan pendidikan tentang kewirausahaan.

#### 3.4.5 *Sample Size*

Menurut Malhotra (2020), *sample size* adalah jumlah dari sebuah unsur yang ada dalam penelitian. Ukuran sampel untuk penelitian harus ditetapkan dengan memperhitungkan jumlah pertanyaan atau indikator di kuisioner. Setiap pertanyaan di kuisioner biasanya memerlukan sampel lima kali lipat dari jumlahnya untuk mendapatkan hasil yang efektif (Hair et al., 2019). Pada penelitian ini, peneliti menggunakan 12 indikator pertanyaan untuk mengukur 5 variabel. Oleh karena itu, jumlah sampel penelitian ini minimal adalah 60 responden (12 x 5).

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

### 3.5.1 Periode Penelitian

Penelitian ini telah berlangsung kurang lebih empat bulan, yang dimulai dari bulan Februari hingga Mei 2024. Selama periode tersebut, kegiatan yang dilakukan mencakup pencairan objek penelitian, penentuan masalah yang akan diteliti, pengumpulan dan pengolahan data, serta penyusunan kesimpulan dan saran pada bagian akhir dari penelitian.

### 3.5.2 Proses Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, ada beberapa tahapan yang dilakukan oleh peneliti yaitu, sebagai berikut:

1. Mengumpulkan data sekunder yang berisi informasi tentang topik *entrepreneurship* dari berbagai sumber seperti buku, jurnal, artikel, dan situs web.
2. Menghimpun jurnal-jurnal penelitian sebelumnya untuk menjadi dasar dalam membuat indikator pertanyaan dari variabel yang digunakan dalam penelitian.
3. Menyiapkan kuisisioner yang terdiri dari pertanyaan-pertanyaan berdasarkan dengan indikator yang digunakan. Kuisisioner dibuat dengan Bahasa yang sederhana agar bisa mudah dipahami oleh responden. Selain itu, kuisisioner ini juga mencakup bagian pendahuluan, *screening*, profil responden, dan pertanyaan penelitian untuk masing-masing variabel yang diteliti.
4. Menyebarkan kuisisioner dengan menggunakan *Google Form* kepada 50 responden untuk *pre-test*. *Pre-test* ini dilakukan untuk menguji validitas dan reliabilitas setiap indikator dalam kuisisioner. Pengujian validitas dan reliabilitas selama *pre-test* ini dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak statistic SPSS versi 26.
5. Melakukan penyebaran kuisisioner kepada lebih banyak responden, mengikuti teori dari Hair et al. (2019) yang menyarankan minimal lima kali dari jumlah indikator pertanyaan. Dengan begitu, kuisisioner ini disebarkan kepada minimal 60 responden.

6. Tahap selanjutnya adalah melakukan *screening* terhadap data yang telah dikumpulkan untuk memastikan bahwa semua data yang akan diproses pada *main test* sudah sesuai dengan standar yang telah ditentukan dalam penelitian ini.
7. Mengolah dan menganalisis data *main test* dengan menggunakan perangkat lunak SmartPLS untuk melakukan penilaian terhadap validitas dan reliabilitas, serta untuk menguji model dan hubungan antara variabel sesuai dengan hipotesis yang diajukan.

### **3.6 Identifikasi Variabel Penelitian**

#### **3.6.1 Variabel Eksogen**

Menurut Malhotra (2020), variabel eksogen merupakan jenis variabel yang tersembunyi atau tidak terlihat, mirip dengan variabel independen yang digunakan dalam analisis multivariat standar. Sejumlah variabel atau item diamati digunakan untuk mencerminkan konstruk eksogen ini yang bertindak sebagai variabel bebas dalam model penelitian. Konstruk eksogen ini bisa ditentukan oleh faktor-faktor dari luar model, dan tidak bisa dijelaskan oleh konstruk atau variabel lain dalam model tersebut. Dalam ilustrasi grafis, konstruk eksogen tidak memiliki panah masuk dari konstruk atau variabel lain dalam model, konstruk eksogen hanya memiliki panah keluar. Dalam konteks model pengukuran, indikator, atau variabel yang teramati untuk konstruk eksogen disebut variabel X.

Menurut Hair et al. (2019), variabel eksogen merupakan variabel dalam model statistik yang tidak dipengaruhi oleh variabel lain dalam model tersebut, tetapi dapat mempengaruhi variabel lainnya. Dalam analisis regresi, variabel eksogen sering kali merupakan variabel independen atau predictor yang digunakan untuk memprediksi variabel dependen. Variabel eksogen sering kali dianggap sebagai variabel yang ditetapkan oleh peneliti dan tidak berubah sepanjang penelitian. Dalam penelitian ini, variabel eksogen yang digunakan oleh peneliti adalah *Risk Taking*, *Innovative*, dan *Proactive*.

#### **3.6.2 Variabel Endogen**

Berbeda dengan variabel eksogen, Menurut Malhotra (2020), variabel endogen merupakan versi yang tidak langsung dari variabel yang terpengaruh. Variabel ini ditentukan oleh faktor-faktor di dalam model itu sendiri, sehingga bergantung pada variabel lain di dalamnya. Secara visual, variabel endogen memiliki jalur masukan dari variabel lain dalam model, yang menunjukkan hubungan ketergantungan di antara mereka. Dalam konteks pengukuran, komponen yang mengukur variabel endogen disebut sebagai variabel Y.

Menurut Hair et al. (2019), variabel endogen adalah versi tersembunyi dari variabel yang dipengaruhi oleh faktor-faktor internal dalam model. Variabel ini bergantung pada variabel lain dalam model, dan hubungan ini ditampilkan secara visual dengan adanya jalur yang menghubungkan variabel endogen dengan variabel eksogen atau variabel endogen lainnya. Dalam penelitian ini, variabel endogen yang digunakan oleh peneliti adalah *Entrepreneurial Readiness*.

### **3.6.3 Variabel Control**

Menurut Hair et al (2017), variabel *control* adalah variabel yang digunakan untuk mengurangi dampak dari variabel luar yang dapat mempengaruhi hubungan antara variabel independen dan dependen. Dengan menggunakan variabel *control*, peneliti dapat memastikan bahwa perubahan dalam variabel dependen benar-benar disebabkan oleh variabel independen dan bukan oleh faktor lain. Contoh variabel *control* meliputi karakteristik demografis seperti usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, atau faktor lain yang relevan dengan konteks penelitian.

### **3.7 Tabel Operasional**

Penelitian mengenai kesiapan seseorang untuk menjadi seorang wirausaha ini memiliki lima variabel, yaitu *risk taking*, *innovativeness*, *proactive*, *gender*, dan *entrepreneurial readiness*. Pada penelitian ini, variabel diukur dengan menggunakan skala 5- *Likert Scale*, yang merupakan sistem penelitian dengan rentang nilai dari 1 hingga 5. Setiap nilai dalam pengukuran ini memiliki tingkatannya, dari sangat negatif (1) sampai sangat positif (5). Artinya, skala 1

menunjukkan bahwa responden sangat tidak setuju dengan pernyataan yang diberikan, sementara skala 5 menunjukkan bahwa mereka sangat setuju dengan pernyataan tersebut. Berikut ini merupakan tabel operasional variabel yang digunakan oleh peneliti.

*Tabel 3. 1 Tabel Operasional*

No	Variable	Definisi Operasional	Kode	Measurement	Sumber	Scalling Techniques
1	<i>Risk Taking</i>	Menurut Zannah & Mahat (2021a), <i>risk taking</i> adalah keputusan untuk mengalokasikan sumber daya dan terlibat dalam aktivitas yang melibatkan potensi bahaya atau risiko dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan.	RT1	Saya suka mencoba hal-hal yang baru.	(Bolton & Lane, 2012)	<i>Likert 1-5</i>
			RT2	Saya bersedia menginvestasikan banyak waktu dan/atau uang pada sesuatu yang mungkin menghasilkan keuntungan tinggi.		
			RT3	Saya cenderung bertindak 'berani' dalam situasi yang melibatkan risiko.		
2	<i>Innovation</i>	Menurut West & Bogers	IV1	Saya senang mencoba hal-hal baru dan tidak biasa/umum	(Bolton & Lane, 2012)	<i>Likert 1-5</i>

		(2013), inovasi dapat didefinisikan sebagai proses yang melibatkan penciptaan dan penerapan ide baru atau modifikasi terhadap ide yang sudah ada untuk menciptakan nilai yang baru atau meningkatkan nilai yang sudah ada.		namun tidak terlalu beresiko.		
			IV2	Saya biasanya melakukan hal yang sama dan <b>tidak suka mencoba</b> cara baru yang belum teruji.		
			IV3	Saya lebih senang mencari cara sendiri yang berbeda saat belajar hal baru, daripada mengikuti cara orang lain.		
			IV4	Saya lebih suka mencoba cara baru dalam menyelesaikan masalah, daripada mengikuti metode yang biasa dipakai banyak orang.		
3	<i>Proactiveness</i>	Menurut Cho & Lee (2018), <i>proactiveness</i> adalah kemampuan mengambil keputusan strategis ke arah yang progresif	PR1	Saya sering bertindak lebih dulu untuk mencegah masalah, memenuhi kebutuhan, atau bersiap untuk perubahan yang akan datang.	(Bolton & Lane, 2012)	<i>Likert 1- 5</i>
			PR2	Saya cenderung merencanakan		

		<p>untuk menguasai pasar dengan mengidentifikasi kasi dan memanfaatkan peluang pasar serta mengenali perubahan pasar lebih awal dari pesaing.</p>	<p>PR3</p>	<p>proyek ke depan</p> <p>Saya lebih memilih untuk aktif dan menyelesaikan proyek daripada hanya duduk dan menunggu orang lain mengerjakannya.</p>		
4	<p><i>Entrepreneurial Readiness</i></p>	<p>Menurut Lau et al. (2012), mengemukakan kesiapan kewirausahaan sebagai kombinasi dari kemampuan dan kemauan individu untuk mengarahkan perilaku mereka ke arah penciptaan usaha.</p>	<p>ER1</p>	<p>Saya mempunyai niat yang besar untuk memulai sebuah usaha.</p>	<p>(Coduras et al, 2016)</p>	<p><i>Likert 1-5</i></p>

			ER2	Saya menyadari bahwa saya memiliki kemampuan berwirausaha yang cukup besar	
			ER3	Saya sangat mau memulai bisnis dengan orang lain.	

Sumber: Hasil Riset Peneliti (2024)

### 3.8 Teknik Analisis Data

#### 3.8.1 Metode Analisis Data *Pre-Test* Menggunakan Faktor Analisis

Menurut Nunan et al. (2020), pre-test dilakukan untuk menguji dan menganalisis hasil dari data kuesioner yang dikumpulkan dari sejumlah kecil responden terlebih dahulu. Tujuan dilakukan uji pre-test ini adalah untuk memeriksa apakah ada kesalahan dalam kuesioner sebelum disebarkan ke target populasi. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan aplikasi statistik IBM SPSS Statistic versi 26 dengan mengumpulkan 50 responden untuk melakukan pre-test, dimana pengujian yang digunakan adalah uji validitas dan uji reliabilitas.

##### 3.8.1.1 Uji Validitas

Uji Validitas dilakukan untuk mengukur seberapa akurat sebuah tes bisa mengidentifikasi karakteristik yang sebenarnya dari fenomena yang sedang diteliti (Malhotra, 2020). , juga berpendapat bahwa uji validitas bisa menentukan seberapa baik sebuah teknik, alat, atau proses dalam mengukur konsep tertentu. Dalam penelitian ini, uji validitas yang dilakukan oleh peneliti menggunakan aplikasi statistik IBM SPSS Statistic versi 26 dengan menguji beberapa nilai berdasarkan beberapa kriteria berikut ini:

*Tabel 3. 2 Pengukuran Uji Validitas*

No	Ukuran Validitas	Definisi	Ketentuan
1.	<i>Kaiser-Meyer-Oklin (KMO) Measure of Sampling</i>	KMO adalah indeks yang mengukur kecukupan sampel dengan membandingkan besar koefisien korelasi di antara variabel-variabel.	Jika nilai KMO > 0,5 maka dinyatakan valid dan bisa melanjutkan analisis
2.	<i>Bartlett's Test of Sphericity</i>	<i>Bartlett's Test of Sphericity</i> adalah metode statistik yang digunakan untuk menentukan apakah variabel-variabel dalam suatu populasi tidak memiliki korelasi satu sama lain.	Korelasi antar variabel dianggap signifikan jika nilai signifikansi <i>Bartlett's Test</i> < 0,5
3.	<i>Anti Image Correlation Matrix</i>	<i>Anti Image Correlation Matrix</i> merupakan uji statistik yang digunakan untuk menilai apakah ada hubungan antara variabel, sehingga dapat mengetahui	Dikatakan VALID apabila nilai <i>Measure of Sampling Adequacy (MSA)</i> > 0,5

		apakah ada kesalahan atau tidak.	
4.	<i>Factor Loading of Component Matrix</i>	<i>Factor Loading of Component Matrix</i> digunakan untuk mengetahui korelasi antara variabel dengan faktor-faktor lain yang akan diuji.	Dikatakan VALID apabila nilai <i>Component Matrix</i> > 0,5

Sumber: Hair et al. (2019)

### 3.8.1.2 Uji Reliabilitas

Menurut Malhotra (2020), uji reliabilitas mengukur seberapa dapat diandalkan suatu skala pengukuran dalam memberikan hasil yang konssiten setiap kali digunakan. , uji reliabilitas bisa menunjukkan seberapa stabil dan konsisten alat tersebut dalam mengukur variabel. Dalam penelitian ini, uji reliabilitas yang dilakukan oleh peneliti menggunakan aplikasi statistik IBM SPSS Statistic versi 26 yang dievaluasi dengan meggunakan *Cronbach's Alpha* yang dimana dianggap reliabel jika hasilnya > 0,60.

Tabel 3. 3 Interpretasi Pengukuran Reabilitas

Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	Interpretasi
0,70 – 0,90	Sangat Reliabel
0,50 – 0,70	Cukup Reliabel
< 0,50	Tidak Reliabel

Sumber: Hair et al. (2017)

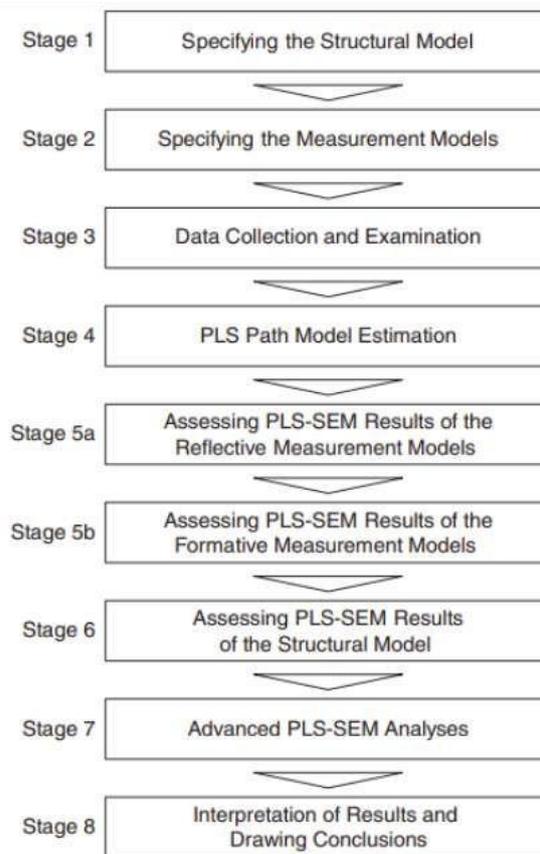
### 3.8.2 Metode Analisis Data *Main Test* dengan Menggunakan *Structural Equation Modeling (SEM)*

Menurut Hair et al. (2019), *Structural Equatin Modeling (SEM)* adalah sekelompok model stastitik yang bertujuan untuk menjelaskan bagaimana

beberapa variabel bisa berhubungan satu dengan yang lain. SEM memeriksa pola hubungan dalam bentuk serangkaian persamaan, mirip dengan regresi berganda. Persamaan ini menggambarkan bagaimana setiap variabel dipengaruhi oleh variabel lain dalam model penelitian. SEM menggunakan konsep teoritis untuk mengatur hubungan antar variabel dan juga memperhitungkan variabel yang tidak dapat diamati langsung, tetapi dipengaruhi oleh variabel lain dalam model. Teknik ini juga memerlukan asumsi tambahan untuk memastikan bahwa model yang dihasilkan sesuai dengan data yang diamati.

Metode SEM memungkinkan peneliti untuk membangun teori dan menguji teori dengan melihat sejauh mana teori tersebut sesuai dengan fakta yang diamati. Dalam penelitian ini, peneliti ingin menguji apakah variabel *Gender* dapat mengontrol hubungan antara *Risk Taking*, *Innovation*, dan *Proactive* terhadap *Entrepreneurial Readiness*. Penelitian ini menggunakan *software* statistik SmartPLS 4.1.0.2 untuk menganalisis data *main test*. Berikut ini merupakan tahapan menurut Hair et al. (2017) yang perlu dilakukan dalam menggunakan metode *Structural Equation Model* (SEM), sebagai berikut:





Gambar 3. 4 Prosedur Penerapan Metode PLS-SEM

Sumber: Hair et al. (2017)

1. *Specifying the Structural Models*

Langkah awal dalam penelitian adalah membuat gambaran tentang bagaimana variabel-variabel terhubung dan hipotesis penelitian yang akan diuji. Dengan menyiapkan model penelitian sejak awal, peneliti dapat dengan lebih baik merencanakan dan memperhitungkan hubungan antar variabel. Ini membantu dalam mengatur langkah-langkah selanjutnya dalam penelitian.

2. *Specifying the Measurement Models*

Validitas hipotesis yang melibatkan hubungan antara konstruk dapat dianggap sah jika model pengukuran atau indikator variabel mampu menggambarkan cara konstruk tersebut diukur. Dengan kata lain, keabsahan

hipotesis bergantung pada kemampuan model untuk mengartikan bagaimana variabel tersebut dapat diukur dengan benar.

3. *Data Collection and Examination*

Langkah mengumpulkan dan memeriksa data adalah tahap yang krusial dalam menggunakan SEM. Pengumpulan data seringkali melibatkan penggunaan kuesioner untuk mengumpulkan data kuantitatif. Setelah data terkumpul, fokus utamanya adalah memeriksa masalah seperti data yang hilang, pola jawaban yang tidak biasa dari responden, nilai-nilai ekstrem, dan distribusi data.

4. *PLS Path Model Estimation*

Ketika algoritma PLS-SEM sudah konvergen, *outer weights* bisa digunakan untuk menghitung nilai dari variabel laten akhir. Nilai-nilai ini kemudian bisa digunakan sebagai masukan untuk melakukan regresi OLS guna menentukan perkiraan hubungan dalam model struktural.

5. A. *Assesing PLS-SEM Results of the Reflective Measurement Models*

Evaluasi model pengukuran reflektif melibatkan beberapa langkah. Pertama, kita melihat reliabilitas komposit untuk memastikan bahwa variabel-variabel terukur secara konsisten. Kemudian, kita memeriksa reliabilitas tiap indikator secara individual serta *average variance extract (AVE)* untuk memastikan validitas konvergen. Selain itu, evaluasi model ini juga mencakup penilaian terhadap validitas diskriminan.

B. *Assesing PLS-SEM Results of the Formative Measurement Models*

Langkah ini penting untuk memastikan bahwa indikator formatif mencakup semua aspek dari konstruk yang diukur. Saat menciptakan konstruk formatif, peneliti secara jelas menetapkan *domain* isi dari indikator yang akan digunakan.

6. *Assesing PLS-SEM Results of the Structural Model*

Setelah memverifikasi bahwa ukuran konstruk adalah valid dan reliabel, langkah berikutnya adalah mengevaluasi hasil dari model struktural. Proses ini melibatkan penilaian kemampuan prediksi model dan hubungan antara konstruk.

### 7. *Advanced PLS-SEM Analysis*

Pada tahap ini, dilakukan analisis untuk memahami bagaimana efek mediasi dan moderasi berperan dalam model penelitian. Ini sudah menjadi praktek yang umum dalam penelitian menggunakan PLS-SEM.

### 8. *Interpretation of Results and Drawing Conclusions*

Tahap terakhir dalam proses ini adalah ketika peneliti menginterpretasikan temuan mereka dan membuat kesimpulan akhir dari hasil penelitian. Ini merupakan langkah akhir di mana peneliti menyimpulkan temuan dan implikasi dari studi mereka.

#### **3.8.2.1 Measurement Model**

Menurut Hair et al. (2019), *measurement model* adalah representasi matematis dari hubungan antara variabel laten dan variabel observasi. Variabel laten merupakan variabel yang tidak diamati langsung, sedangkan variabel observasi merupakan variabel yang diamati. Dalam model ini, variabel laten atau konstruk direpresentasikan oleh beberapa variabel observasi yang diukur secara langsung. Tujuan dari *measurement model* ini adalah untuk mengukur variabel laten secara tidak langsung melalui pengukuran variabel observasi yang digunakan.

Dalam *measurement model*, terdapat dua komponen utama yaitu indikator dan faktor. Indikator adalah variabel observasi yang diukur secara langsung, sementara faktor adalah variabel laten yang tidak dapat diukur secara langsung. Hubungan antara indikator dan faktor ini ditunjukkan oleh koefisien yang disebut dengan *loading factor*. *Loading factor* ini bisa menunjukkan seberapa baik setiap indikator merepresentasikan variabel laten yang sesungguhnya. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan beberapa pengukuran untuk menguji validitas dan reliabilitas dari masing-masing indikator, yaitu sebagai berikut:

#### 1. Uji Validitas

Menurut Hair et al. (2019), uji validitas dalam konteks *Structural Equation Modeling* (SEM) mengacu pada pengukuran seberapa baik

konstruk yang diamati bisa merepresentasikan konstruk yang sebenarnya atau laten. Uji validitas ini penting dilakukan dalam SEM karena bisa membantu memastikan bahwa variabel yang diamati dengan benar dapat mencerminkan konstruk yang sebenarnya serta memastikan bahwa model yang dibangun bisa memenuhi standar akademik dan metodologis. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *software* statistik SmartPLS 4.1.0.2 untuk mengolah data statistik dan menguji validitas setiap indikator yang digunakan dalam pengukuran. Berikut ini adalah tabel yang menunjukkan kriteria yang digunakan untuk mengukur uji validitas, yaitu sebagai berikut:

*Tabel 3. 4 Kriteria Uji Validitas*

No.	Model Pengukuran	Indeks	Definisi	Persyaratan Nilai
1.	<i>Convergent Validity</i>	<i>Outer Loadings</i>	<i>Outer Loadings</i> merupakan ukuran dari seberapa baik masing-masing indikator merepresentasikan variabel laten yang mereka ukur dalam model pengukuran ini.	<i>Outer loadings</i> dinyatakan VALID apabila nilainya > 0,7
		<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i> adalah sebuah metric yang digunakan untuk mengukur jumlah	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i> dinyatakan VALID

			<p>variasi yang dipersatukan oleh indikator-indikator dalam suatu konstruk, dibandingkan dengan jumlah variasi yang disebabkan oleh kesalahan pengukuran</p>	<p>apabila nilainya <math>&gt; 0,5</math></p>
2.	<i>Discriminant Validity</i>	<i>Cross Loading</i>	<p><i>Cross Loading</i> digunakan untuk menunjukkan bahwa suatu indikator tidak hanya berkaitan dengan satu konstruk saja, tetapi juga terkait dengan konstruk lainnya.</p>	<p>Nilai <i>cross loading</i> pada sebuah konstruk harus lebih tinggi daripada semua <i>cross loading</i> konstruk lainnya.</p>
		<i>Fornell-Larcker Criterion</i>	<p><i>Fornell-Larcker Criterion</i> digunakan untuk mengevaluasi validitas diskriminan antara konstruk dalam</p>	<p>Nilai AVE suatu konstruk harus lebih besar daripada korelasi tertingginya</p>

			model pengukuran reflektif.	dengan konstruk lain
--	--	--	-----------------------------	----------------------

Sumber: Hair et al. (2019)

## 2. Uji Reliabilitas

Menurut Hair et al. (2019), uji reliabilitas dalam *Structural Equation Modeling* (SEM) mengacu pada sejauh mana konstruk yang diukur dengan variabel indikator yang ada konsisten dalam memberikan hasil yang serupa jika diuji secara berulang kali. Ini mencerminkan keandalan atau konsistensi pengukuran dalam memperkirakan konsep yang sedang diteliti. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *software* statistik SmartPLS versi 4.1.0.2 untuk mengelola data dan memeriksa reliabilitas setiap indikator yang digunakan dalam penelitian. Berikut ini merupakan tabel yang menunjukkan kriteria-kriteria yang digunakan untuk mengukur uji reliabilitas, yaitu sebagai berikut:

Tabel 3. 5 Kriteria Uji Reliabilitas

No.	Model Pengukuran	Indeks	Definisi	Persyaratan Nilai
1.	Internal Consistency	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Cronbach's Alpha</i> adalah suatu ukuran reliabilitas internal yang digunakan untuk mengukur konsistensi antara item-item dalam suatu skala atau	Dikatakan reliabel apabila nilai <i>Cronbach's Alpha</i> > 0,7

			instrumen pengukuran.	
		<i>Composite Reliability</i>	<i>Composite Reliability</i> adalah sebuah ukuran reliabilitas yang digunakan untuk mengukur seberapa baik item-item dalam suatu konstruk berkorelasi satu sama lain, dan sejauh mana mereka secara bersama-sama mengukur konstruk yang sama.	Dikatakan reliabel apabila nilai <i>composite reliability</i> > 0,7

Sumber: Hair et al. (2019)

### 3.8.2.2 Structural Model

*Structural Model* atau *inner model* merupakan bagian dari analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) yang menggambarkan hubungan antara variabel laten dalam model penelitian (Hair et al., 2019). Ini termasuk persamaan structural yang menunjukkan pengaruh langsung dan tidak langsung antara variabel laten, serta jalur pengaruh antara variabel laten dan indikatornya. *Structural model* digunakan untuk menguji hipotesis tentang hubungan antara konstruk yang diamati dalam penelitian. Dengan begitu, peneliti bisa

memahami bagaimana variabel laten berinteraksi antara satu dengan yang lain. Berikut ini merupakan tabel yang menunjukkan kriteria-kriteria yang digunakan, yaitu sebagai berikut:

*Tabel 3. 6 Kriteria Structural Model*

No.	Indeks	Definisi	Persyaratan Nilai
1.	<i>Collinearity</i>	<i>Collinearity</i> adalah suatu kondisi dimana dua variabel independen dalam model memiliki hubungan yang kuat satu sama lain.	Indikator dianggap mempunyai tingkat <i>collinearity</i> yang kritis apabila nilai $VIF > 5$
2.	<i>Coefficient of Determination</i> ( $R^2$ value)	<i>Coefficient of Determinant</i> ( $R^2$ value) adalah sebuah pengukuran statistic yang digunakan untuk mengevaluasi seberapa baik model regresi linear memiliki kecocokkan dengan data yang diamati	Apabila nilai $R^2$ adalah 0,75 dapat diartikan kuat ; 0,50 dapat diartikan moderat ; 0,25 dapat diartikan lemah
3.	$\beta$ -Coefficients	$\beta$ -Coefficients adalah sebuah pengukuran statistic yang digunakan untuk menilai besarnya pengaruh relative dari variabel independen terhadap variabel	Jika nilai $\beta$ -Coefficients positif, maka hal tersebut menunjukkan adanya hubungan positif antara

		dependen dalam sebuah model regresi.	variabel independen dan dependen, sedangkan jika nilai $\beta$ -Coefficients negative, maka hal tersebut menunjukkan adanya hubungan negative antara variabel independen dan variabel dependen.
--	--	--------------------------------------	---

Sumber: Hair et al. (2017)

### 3.8.2.3 Multigroup Analysis

Menurut Hair et al. (2019), *multigroup analysis* adalah pendekatan statistik yang digunakan untuk membandingkan model atau parameter antara dua atau lebih kelompok yang berbeda dalam sebuah sampel data yang sama. *Multigroup analysis* pada *Structural Equation Modeling* (SEM) digunakan untuk mengetahui apakah hubungan antara variabel atau model struktural memiliki perbedaan antara kelompok-kelompok tersebut. *Multigroup analysis* sering digunakan untuk mengukur keseragaman atau konsistensi suatu variabel dalam kelompok-kelompok yang berbeda, seperti dalam hal perbedaan *gender*, usia, ataupun latar belakang yang berbeda.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *multigroup analysis* yang membedakan kelompok-kelompok berdasarkan jenis kelamin. Dengan menggunakan *multigroup analysis* ini, peneliti dapat mengetahui apakah model yang dikembangkan memiliki keseragaman yang sama diberbagai kelompok atau apakah terdapat perbedaan yang penting dalam struktur atau hubungan antar variabel di antara kelompok-kelompok tersebut.

### 3.9 Uji Hipotesis

Uji hipotesis merupakan langkah statistic yang digunakan untuk menguji kebenaran suatu asumsi atau pernyataan mengenai populasi atau fenomena berdasarkan data yang telah diamati. Dalam sebuah penelitian, uji hipotesis bertujuan untuk mengetahui serta menentukan apakah perbedaan atau hubungan antara variabel-variabel yang diamati dalam sampel data peneliti dapat secara signifikan mencerminkan perbedaan atau hubungan yang sebenarnya dalam suatu populasi. Menurut Hair et al. (2017), yang mengemukakan suatu hipotesis dapat dinyatakan signifikan apabila mampu mencapai kriteria sebagai berikut, yaitu:

#### 3.9.1 T-statistic

T-statistic adalah alat statistic yang digunakan untuk mengevaluasi kebenaran atau kesalahan dari sebuah hipotesis yang menyatakan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan antara dua *mean* sampel yang diambil secara acak dari populasi yang sama. Kriteria untuk t-statistic adalah nilai t-statistic > 1,645 untuk *one tailed* atau satu arah dan nilai t-statistic > 1,96 untuk *two tailed* atau dua arah.

#### 3.9.2 P-value

P-value adalah pengukuran statistic yang digunakan untuk mengevaluasi signifikansi dari hasil uji hipotesis. Dalam sebuah penelitian, p-value bisa digunakan untuk menentukan apakah hasil yang diamati merupakan sebuah kebetulan atau benar-benar signifikan secara statistic. Jika diasumsikan tingkat signifikan sebesar 5%, maka p-value dapat dikatakan signifikan apabila nilainya < 0,5.