

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah guna mencapai pemahaman dengan mendapatkan jawaban-jawaban atas permasalahan yang ada di dalam penelitian yaitu minat berwirausaha pada generasi Z yang berdomisili di daerah Tangerang.

3.1.1 Generasi Z di Tangerang

Berdasarkan penelitian Beresfoard, generasi Z merupakan kelompok umur yang lahir tahun 1997 sampai tahun 2012. Sedangkan menurut Cilliers (2017), generasi Z merupakan kelompok umur yang lahir di atas tahun 1995. Merujuk pada Francies (2018), generasi Z memiliki berbagai karakteristik yang unik. Generasi Z merupakan generasi dengan karakter yang sedang mencari jati diri dan melakukan uji coba untuk membentuk ciri khas dari dirinya. Generasi Z dapat berteman atau melakukan hubungan dari mana saja tanpa memandang latar belakang. Generasi Z juga merupakan generasi yang memiliki karakter aktif dan realistis, sehingga generasi Z mampu membuka ruang bicara atau berkomunikasi dengan baik guna memberikan solusi atau memecahkan masalah serta tanggap atas informasi yang tersedia.

Generasi Z diharapkan menjadi generasi penerus masa depan bangsa karena generasi Z merupakan kelompok umur yang cukup muda di tahun 2024. Generasi Z juga menjadi generasi yang mendominasi jumlah populasi di Indonesia. Generasi Z memiliki potensi untuk membentuk perubahan dalam bisnis dan membawa ide-ide baru dalam dunia kewirausahaan.

Tangerang merupakan sebuah kawasan yang terbagi menjadi tiga daerah otonom yaitu Kota Tangerang, Kabupaten Tangerang, dan Tangerang Selatan. Tangerang berada di dalam provinsi Banten. Banten merupakan provinsi di Indonesia yang menyumbang angka pengangguran tertinggi dengan persentase 7,52% dari total jumlah pengangguran di Indonesia sebesar tujuh juta jiwa (Annur, 2023). Oleh karena itu, fokus penelitian ini akan ditujukan pada generasi

Z di Tangerang dengan tujuan untuk mengkaji beberapa aspek dalam kompetensi emosional mengenai minat berwirausaha.

3.2 Desain Penelitian

Malhotra (2020) menyatakan bahwa desain penelitian merupakan kerangka kerja yang digunakan sebagai perencanaan penelitian pasar. Penelitian ini penting untuk dilakukan guna memperoleh informasi yang diperlukan dan sebagai rumusan atau penyelesaian sebuah masalah. Dengan demikian, desain penelitian berfungsi untuk mempermudah proses penelitian sebagai panduan untuk menentukan metode penelitian yang akan diterapkan.

3.2.1 Jenis Penelitian

Menurut Malhotra (2020), desain penelitian memiliki dua jenis, yaitu *exploratory research* dan *conclusive research*.

1. Exploratory Research

Dapat diartikan sebagai jenis penelitian yang berguna untuk memberi pemahaman dan informasi terkait situasi atau permasalahan yang sedang dibahas dalam penelitian.

2. Conclusive Research

Dapat diartikan sebagai jenis penelitian yang difokuskan pada pengambilan keputusan, penentuan, evaluasi, dan alternatif sebagai usaha dalam menyelesaikan sebuah masalah dengan metode kuantitatif. Jenis penelitian ini terbagi menjadi dua jenis, yaitu *descriptive research* dan *causal research*.

a. Descriptive Research

Penelitian deskriptif dapat diartikan sebagai penelitian yang berguna untuk memberikan deskripsi mengenai karakteristik atau fungsi pasar sebagai tujuan penelitiannya. Penelitian deskriptif memiliki dua klasifikasi penelitian yaitu *cross-sectional research* dan *longitudinal research*.

- *Cross-sectional Research*

Cross-sectional research merupakan penelitian dengan pengumpulan informasi sampel dari populasi yang dilakukan secara satu kali.

- *Longitudinal Research*

Longitudinal research merupakan penelitian dengan pengumpulan informasi sampel dari populasi yang dapat dilakukan beberapa kali.

b. *Causal Research*

Penelitian berdasarkan *causal* adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk menemukan dan membuktikan apakah ada hubungan antara sebab dan akibat dari variabel yang sama.

Dari uraian di atas, penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif dan pendekatan penelitian konklusif dengan jenis penelitian deskriptif yang bertujuan untuk mengevaluasi dan menguji korelasi dari setiap hipotesis, yakni untuk memahami dampak variabel *self-awareness*, *self-regulation*, *self-motivation*, *empathy*, dan *social skills* terhadap *entrepreneurial intention*. Selain itu, penulis menerapkan *cross-sectional research* dalam pengambilan data karena penelitian ini hanya melakukan satu kali dari setiap sampel penelitian untuk mengumpulkan informasi.

3.2.2 Data Penelitian

Data penelitian penting untuk diperhatikan guna menentukan sumber informasi atau data yang dikumpulkan dalam proses penelitian. Berdasarkan Malhotra (2020), data penelitian memiliki dua jenis yang bernama data primer dan data sekunder.

1. *Primary Data*

Primary data adalah data yang dikumpulkan oleh peneliti bertujuan untuk mengatasi masalah yang sedang diselidiki dalam penelitiannya. Metode ini dapat berupa survei dan wawancara.

2. *Secondary Data*

Secondary data yaitu informasi yang dikumpulkan oleh peneliti dari sumber yang telah ada sebelumnya untuk mengatasi permasalahan lainnya. Data yang diperoleh dengan metode ini bisa berasal dari jurnal, penelitian terdahulu, buku, artikel, data internet, dan internet.

Dalam penelitian ini, penulis melakukan penyebaran survei atau kuisisioner berupa Google Form secara daring untuk memperoleh data. Dengan demikian, jenis data yang diterapkan oleh penulis dalam penelitian ini adalah *primary data*. Namun, penulis juga menggunakan *secondary data* dengan memanfaatkan data-data atau informasi yang berasal dari jurnal, penelitian terdahulu, buku, artikel, dan *website*.

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

3.3.1 Populasi

Menurut Hair et al., (2019) populasi merupakan keseluruhan dari elemen dengan kesamaan karakteristik. Malhotra (2020) menjelaskan identifikasi target populasi sebagai suatu kelompok dari berbagai objek dengan karakteristik tertentu sesuai dengan yang diperlukan dalam penelitian untuk menghasilkan kesimpulan. Target populasi memiliki empat aspek yang harus ditentukan yaitu sebagai berikut:

1. *Element*, yaitu unit yang dibutuhkan penulis untuk mendapatkan data yang relevan dan menghasilkan kesimpulan. Responden yang telah memberikan jawabannya pada kuisisioner merupakan elemen pada penelitian ini.
2. *Sampling unit*, yaitu elemen dasar dari sejumlah populasi yang memiliki karakteristik serupa dan dipilih sebagai sampel dalam penelitian. Unit sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah para generasi Z yang berada di Tangerang, minimal sudah menjalani pendidikan SMA, dan belum memiliki bisnis.
3. *Extent*, yaitu batasan ruang, wilayah, atau geografis yang ditentukan di dalam penelitian. Dalam penelitian ini, wilayah Tangerang menjadi *extent* yang ditetapkan.

4. *Time*, yaitu waktu yang dibutuhkan dalam proses penelitian untuk mengumpulkan data penelitian dan melakukan pengolahan data. Waktu penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah selama empat bulan dimulai dari bulan Februari 2024 sampai dengan April 2024.

3.3.2 Sampel

Berdasarkan Malhotra (2020), *sample* dapat diartikan sebagai suatu representasi berdasarkan objek dalam populasi yang telah ditetapkan sebelumnya dari peneliti. Dalam penelitian ini, target sampel adalah generasi Z yang berdomisili di Tangerang, telah menempuh setidaknya pendidikan tingkat SMA, dan belum memiliki bisnis. Malhotra (2020) juga menjelaskan bahwa ukuran sampel (*sampling size*) merupakan jumlah unsur sampel yang didasari oleh faktor besaran populasi dan variasi dalam sebuah penelitian. Dalam pandangan Hair et al., (2019) besaran *sample* pada penelitian harus seragam dengan besaran indikator (pertanyaan yang ada di dalam kuisioner penelitian). Jumlah tersebut diperkirakan ($n \times 5$) atau jumlah indikator dikalikan dengan lima. Untuk mengukur keenam variabel dalam penelitian ini, penulis memberikan empat pertanyaan dari tiap variabel. Total dari pertanyaan atau indikator dalam penelitian ini adalah 24 sehingga diperlukan minimal 24×5 responden atau sama dengan 120 responden.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Berdasarkan Malhotra (2020), ada dua jenis klasifikasi pada teknik pengumpulan data, yang bernama *probability sampling* dan *non-probability sampling*.

1. *Probability Sampling*

Dengan menggunakan teknik probabilitas sampling, sampel dikumpulkan secara acak dengan mengidentifikasi sampel yang berpotensi, di mana setiap sampel memiliki peluang yang setara untuk dipilih. Dalam probabilitas sampling, setiap anggota dalam populasi memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi bagian dari sampel penelitian. *Non-probability Sampling*

Dengan *non-probability sampling*, pengumpulan sampel dilakukan berdasarkan pada penilaian dari penekiliti itu sendiri. Tidak semua individu memiliki kesempatan yang sama untuk dijadikan sebagai sampel, melainkan terdapat berbagai kriteria yang harus dipenuhi.

Menurut Malhotra (2020), *non-probability sampling* memiliki empat teknik yang berbeda, antara lain:

1. *Convenience Sampling*

Convenience sampling adalah metode pengumpulan sampel yang disesuaikan dengan kenyamanan peneliti. Biasanya, teknik ini dipilih karena responden berada di lokasi atau waktu yang sama dengan peneliti

2. *Judgemental Sampling*

Judgemental sampling adalah metode pengumpulan sampel yang didasarkan pada elemen-elemen populasi yang telah ditetapkan oleh peneliti. Dalam teknik ini, peneliti harus menetapkan elemen-elemen yang dianggap mewakili populasi yang diinginkan dan yakin bahwa sampel tersebut akan secara tepat mewakili populasi penelitian yang diinginkan.

3. *Quota Sampling*

Quota sampling merupakan teknik pengumpulan sampel yang melibatkan dua langkah. Pada langkah pertama, peneliti menentukan kuota dari untuk elemen yang ada di dalam populasi. Pada langkah kedua, peneliti memilih sampel yang sesuai dengan kuota yang telah ditetapkan.

4. *Snowball Sampling*

Snowball sampling merupakan teknik pengumpulan sampel yang memanfaatkan referensi atau rekomendasi yang diperoleh dari sampel sebelumnya. Pada teknik ini, umumnya para responden awal dipilih secara acak, kemudian peneliti meminta referensi dari responden tersebut untuk mengidentifikasi responden sebelumnya.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik judgemental sampling dan non-probability sampling. Hal ini disebabkan oleh pengumpulan responden yang dilakukan berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti sendiri, bukan

melalui pemilihan acak atau distribusi probabilitas dari populasi. Setiap sampel yang digunakan untuk penelitian harus melalui proses *screening* atau penyaringan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan oleh penulis. Selain itu, metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan survei yang dikirimkan secara daring kepada responden dengan memanfaatkan fitur Google Form berisikan pertanyaan-pertanyaan dan pilihan jawaban skala likert satu sampai lima. Berikut adalah penjelasan nilai dari masing-masing jawaban pada skala likert yang digunakan pada penelitian ini: Nilai satu berarti Sangat Tidak Setuju (STS)

1. Nilai dua berarti Tidak Setuju (TS)
2. Nilai tiga berarti Netral (N)
3. Nilai empat berarti Setuju (S)
4. Nilai lima berarti Sangat Setuju (SS)

Dalam melakukan proses pengumpulan data, penulis melakukan tahap-tahap yang terbagi menjadi beberapa bagian yaitu sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi sebuah permasalahan yang sedang terjadi dengan bantuan informasi atau data sekunder berupa artikel, jurnal, dan situs web.
2. Mencari jurnal utama yang dijadikan sebagai acuan untuk menyusun variabel dan indikator pertanyaan. Berdasarkan jurnal utama, penulis perlu mengadaptasi kata atau kalimat untuk mengembangkan dan menyesuaikan kuisisioner sehingga responden dapat memahaminya dengan baik.
3. Melakukan penyebaran kuisisioner berupa Google Form. Penyebaran ini dilakukan dengan cara daring kepada responden yang sekiranya memiliki kesesuaian kriteria pada target sampel.
4. Melakukan pengolahan data dengan menggunakan perangkat lunak SPSS untuk melakukan analisis dan membuktikan pengaruh pada tiap hipotesis.

3.5 Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini, terdapat lima variabel independen yaitu *self-awareness*, *self-regulation*, *self-motivation*, *empathy*, dan *social skills* serta variabel dependen yaitu *entrepreneurial intention*.

3.6 Operasionalisasi Variabel

Untuk memecahkan permasalahan dalam penelitian, maka diperlukan variabel dan indikator pertanyaan untuk mengukur ketepatan data yang diperoleh peneliti. Terdapat enam variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *self-awareness*, *self-regulation*, *self-motivation*, *empathy*, *social skills*, dan *entrepreneurial intention*. Skala pengukuran dalam tiap indikator pertanyaan menggunakan metode skala likert dengan berawal dari angka satu yang berarti sangat tidak setuju hingga angka lima yang berarti sangat tidak setuju.

No	Variabel	Definisi Operasional	Kode	Indikator	Source	Skala
1	<i>Self-awareness</i>	Kondisi individu yang memiliki tingkat pemahaman yang mendalam mengenai perasaan di dalam diri sendiri (Listyowati, 2008)	SA1	Saya dapat mengenali emosi yang saya rasakan dan alasan mengapa saya merasakannya	Bigos & Michalik (2020)	Likert 1 s.d 5
			SA2	Saya menyadari hubungan antara perasaan saya dan apa yang saya pikirkan, lakukan, dan katakan		

No	Variabel	Definisi Operasional	Kode	Indikator	Source	Skala
			SA3	Saya menyadari bagaimana perasaan saya memengaruhi perilaku saya	Bigos & Michalik (2020)	Likert 1 s.d 5
			SA4	Saya sadar akan kekuatan dan kelemahan saya	Bigos & Michalik (2020)	Likert 1 s.d 5
2	<i>Self-regulation</i>	Kemampuan individu untuk mengatur pencapaian dan tindakan mereka sendiri, menentukan tujuan untuk diri sendiri, menilai pencapaiannya dalam mencapai	SR1	Saya dapat menjaga sikap tenang dan positif, bahkan dalam momen yang menantang	Bigos & Michalik (2020)	Likert 1 s.d 5
			SR2	Saya dapat menjaga kemampuan untuk berpikir jernih dan berkonsentra	Bigos & Michalik (2020)	Likert 1 s.d 5

No	Variabel	Definisi Operasional	Kode	Indikator	Source	Skala
		tujuan dan memberikan penghargaan sebagai bentuk apresiasi atas kesuksesannya (Howard & Miriam, 2016)		si meskipun saya sedang menghadapi tantangan		
			SR3	Saya selalu melaksanakan tugas saya dan memenuhi kewajiban saya	Bigos & Michalik (2020)	Likert 1 s.d 5
			SR4	Saya selalu merasa bertanggung jawab atas tindakan saya sendiri	Bigos & Michalik (2020)	Likert 1 s.d 5
3	<i>Self-motivation</i>	Upaya individu untuk menginspirasi dirinya sendiri dalam berbuat atau berkarya, dengan	SM1	Saya konsisten dalam mengejar tujuan saya	Bigos & Michalik (2020)	Likert 1 s.d 5
			SM2	Saya dapat menetapkan tujuan yang menantang	Bigos & Michalik (2020)	Likert 1 s.d 5

No	Variabel	Definisi Operasional	Kode	Indikator	Source	Skala
		tujuan membangun masa depan yang sukses dan lebih baik (Luth Thohir, 2014)		dan mengambil risiko yang telah diperhitungkan dengan cermat		
			SM3	Saya dapat menemukan cara untuk melakukan pekerjaan saya dengan lebih baik	Bigos & Michalik (2020)	Likert 1 s.d 5
			SM4	Dalam mencapai tujuan saya, saya tidak menyerah pada berbagai rintangan dan kegagalan	Bigos & Michalik (2020)	Likert 1 s.d 5
4	<i>Empathy</i>	Kemampuan untuk memahami	E1	Saya bisa mendengarkan orang lain	Bigos & Michalik (2020)	Likert 1 s.d 5

No	Variabel	Definisi Operasional	Kode	Indikator	Source	Skala
		perasaan diri sendiri maupun orang lain (Djafri, 2014).	E2	Saya bisa memahami sudut pandang orang lain	Bigos & Michalik (2020)	Likert 1 s.d 5
			E3	Saya dapat merasakan kebutuhan dan perasaan orang lain	Bigos & Michalik (2020)	Likert 1 s.d 5
			E4	Saya menghormati orang-orang dari komunitas yang berbeda bahkan berbeda dengan pandangan saya	Bigos & Michalik (2020)	Likert 1 s.d 5
5	<i>Social Skills</i>	Kemampuan berkomunikasi dan berinteraksi dengan orang	SS1	Saya suka menjalin dan memelihara persahabatan dengan	Bigos & Michalik (2020)	Likert 1 s.d 5

No	Variabel	Definisi Operasional	Kode	Indikator	Source	Skala
		lain (Anderson dalam Minarni, 2016:165)		rekan-rekan saya		
			SS2	Saya sering mencoba mencari peluang untuk bekerja sama	Bigos & Michalik (2020)	Likert 1 s.d 5
			SS3	Saya dapat bekerja sama dengan orang lain dengan berbagi informasi dan sumber daya	Bigos & Michalik (2020)	Likert 1 s.d 5
			SS4	Saya dapat menyeimbangkan fokus pada tugas dan menjaga hubungan baik dengan orang lain	Bigos & Michalik (2020)	Likert 1 s.d 5
6	<i>Entrepreneurial Intention</i>	Dorongan dan keyakinan	EI	Saya akan berupaya untuk	Vemvak a et al, (2020)	Likert 1 s.d 5

No	Variabel	Definisi Operasional	Kode	Indikator	Source	Skala
		untuk terlibat dalam kegiatan wirausaha, serta kesiapan untuk menghadapi segala ketidakpastian dengan penuh keyakinan (Jailani et al, 2017)		memulai dan menjalankan bisnis saya sendiri		
			EI2	Tujuan profesional saya adalah menjadi wirausahawan	Vemvaka et al, (2020)	Likert 1 s.d 5
			EI3	Saya bertekad untuk mendirikan bisnis saya sendiri di masa depan	Vemvaka et al, (2020)	Likert 1 s.d 5
			EI4	Saya menganggap sangat mungkin untuk menjalankan bisnis saya sendiri di masa depan	Vemvaka et al, (2020)	Likert 1 s.d 5

Tabel 3. 1 Indikator Penelitian

3.7 Teknik Analisis Data

3.7.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

Menurut Malhotra (2020), uji validitas merupakan suatu proses pengujian dengan mengukur data yang mempresentasikan karakteristik dalam fenomena yang sedang diteliti. Dengan kata lain, uji validitas berguna untuk mengevaluasi sejauh mana instrumen pengukuran dapat mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji validitas membantu menentukan apakah suatu instrumen relevan atau valid terhadap konsep yang hendak diukur.

Ukuran Validitas	Nilai yang Diisyaratkan	Definisi
Kaiser Meyer Olkin (KMO) Measure of Sampling Adequacy	Valid jika nilai KMO > 0.5	KMO merupakan indeks yang bisa digunakan untuk mengukur kesesuaian pada analisis factor
Anti-image Correlation Matricss	Dinyatakan valid apabila nilai MSA > 0.5	Pengujian statistik dilakukan untuk memahami korelasi antara variabel dan untuk menentukan apakah terdapat kesalahan atau tidak.
Bartlett's Test of Sphericity	Jika terdapat signifikansi antara variabel dengan nilai Bartlett's sig < 0.05	Pengujian statistik ini dimanfaatkan untuk menentukan apakah hipotesis yang sedang diselidiki memiliki korelasi atau tidak.

Ukuran Validitas	Nilai yang Diisyaratkan	Definisi
Factor Loading of Component Matrix	Valid jika nilai faktor loading > 0.5	Untuk mengetahui adanya hubungan ataupun korelasi antar indikator dengan faktor.

Tabel 3. 2 Uji Validitas dan Reabilitas

Menurut Malhotra (2020), uji reliabilitas merupakan pengujian yang dilakukan untuk menilai apakah suatu skala atau alat pengukuran yang digunakan dalam penelitian menunjukkan konsistensi hasil ketika pengukuran dilakukan secara berulang-ulang. Dengan kata lain, uji realibilitas bertujuan untuk mengukur konsistensi suatu instrumen pengukuran tanpa adanya error. Jika nilai Cronbach Alpha > 0.6 maka indikator di dalam penelitian dapat dikatakan valid (Ghozali, 2018).

3.8 Regresi Linier Berganda

Metode Regresi linear berganda adalah suatu metode analisis statistik yang bermanfaat untuk mengukur seberapa kuat hubungan antara dua variabel atau lebih, menunjukkan tujuan dari variabel independen dan dependen (Ghozali, 2018). Dengan demikian, penelitian ini menggunakan metode regresi linier berganda yang bertujuan untuk memahami hubungan antara variabel independen yaitu *self-awareness, self-regulation, self-motivation, empathy, social skills* dan variabel dependen yaitu *entrepreneurial intention*.

3.8.1 Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik adalah tahap pra-analisis sebelum melakukan regresi pada data yang telah diperoleh, bertujuan untuk menguji kepatuhan data terhadap asumsi klasik, seperti distribusi normal, serta mengidentifikasi keberadaan multikolinearitas dan heteroskedastisitas. Menurut Ghozali (2018), uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui apakah estimasi yang tepat dapat diukur dari persamaan regresi yang diperoleh. Untuk memastikan akurasi model,

pengujian asumsi klasik harus dilakukan dengan cara melakukan uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.

3.8.1.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menentukan apakah suatu variabel memiliki distribusi normal atau tidak. (Ghozali, 2018). Jika hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penyebarannya memiliki atau hampir normal, maka penelitian ini dapat dianggap baik. Selanjutnya, untuk menentukan apakah suatu variabel memiliki distribusi normal, penelitian perlu melakukan *extract Monte Carlo non-parametrik KolmogorovSmirnov (K-S)* dengan syarat uji harus memenuhi nilai signifikan yaitu $(sig) > 0.05$ yang menandakan bahwa data telah terdistribusi normal. Apabila $(sig) < 0.05$ maka mengindikasikan bahwa distribusi data tidak normal.

3.8.1.2 Uji Multikolinearitas

Uji yang digunakan untuk menentukan apakah variabel independen berkorelasi merupakan uji multikolinearitas. Penelitian dianggap berkualitas tinggi jika nilai toleransi dan *variance inflation factor (VIF)* tidak menunjukkan adanya bukti multikolinearitas antar variabel independen. Berdasarkan paparan tersebut, multikolinearitas tidak akan terjadi jika nilai toleransi ≥ 0.10 dan $VIF \leq 10$ (Ghozali, 2018).

3.8.1.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan uji yang dilakukan untuk menentukan apakah residu dan hasil observasi regresi menunjukkan hasil heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas bisa terdeteksi melalui beberapa metode, seperti observasi visual melalui plot, uji rank Spearman, uji White, uji Park, dan uji Glejser. Ketika terlihat pola yang jelas dengan titik-titik tersebar di atas dan di bawah nilai 0 pada sumbu y dalam scatterplot, ini menunjukkan bahwa tidak ada heteroskedastisitas (Ghozali, 2018).

3.9 Uji Hipotesis

Menurut Ghozali (2018), regresi linier berganda adalah teknik analisis yang digunakan untuk menguji keterkaitan hubungan antara dua variabel, atau variabel independen dan dependen. Tujuan penelitian ini adalah untuk menemukan adanya hubungan positif antara variabel independen dengan variabel dependen.

3.9.1 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Dalam uji koefisien determinasi, nilai determinasi R^2 , yang merupakan angka antara 0 dan 1, digunakan untuk menentukan seberapa baik model mampu menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai koefisien yang lebih rendah menunjukkan bahwa kemampuan model untuk menjelaskan dampak variabel independen terhadap variabel dependen terbatas, sementara nilai R^2 yang lebih tinggi menunjukkan bahwa model variabel independen menyampaikan hampir semua informasi yang diperlukan untuk dapat memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2018).

3.9.2 Uji F (Uji Signifikansi Simultan)

Uji statistik F bertujuan untuk menguji pengaruh tiap variabel independen terhadap variabel dependen secara bersamaan atau simultan (Ghozali, 2018). Uji f juga digunakan untuk memastikan ketepatan penjelasan model regresi untuk variabel dependen. Terdapat syarat yang harus dilakukan pada uji F yaitu:

- Untuk melakukan uji F, penelitian menggunakan tingkat kepercayaan sebesar 0.05 atau 5%. Apabila nilai F yang dihitung lebih besar daripada nilai F tabel, maka penelitian dapat menerima hipotesis alternatif (H_1). Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen berpengaruh bersamaan secara simultan terhadap variabel dependen.
- Sebaliknya, apabila nilai F yang dihitung lebih kecil daripada nilai F tabel, maka hipotesis alternatif (H_1) harus ditolak. Dalam konteks ini, hal tersebut menandakan bahwa variabel independen tidak berpengaruh bersamaan secara simultan terhadap variabel dependen.

3.9.3 Uji T (Uji Signifikansi Parameter Individual)

Saat melakukan analisis statistik dengan uji distribusi T, tujuan utamanya adalah untuk menilai sejauh mana variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018). Apabila terdapat angka derajat kebebasan (df), derajat α sebesar 5% dengan 0.95% sebagai tingkat kepercayaannya, maka hipotesis nol (H_0) tidak diterima. Proses perbandingan dilakukan antara nilai perhitungan T dengan nilai Tabel T, dan H_1 diterima sedangkan H_0 ditolak. Penolakan H_0 dan penerimaan H_1 terjadi apabila nilai T hitung $>$ T tabel atau nilai signifikansi (sig) $<$ 0.05. Sebaliknya, penolakan H_1 dan penerimaan H_0 terjadi apabila nilai T hitung $<$ T tabel atau nilai signifikansi (sig) $>$ 0.05. Berikut merupakan analisis dari penelitian ini:

- *Self-awareness* (H1)
 $H_0 : \beta_1 \leq 0$ (*self-awareness* tidak berpengaruh terhadap *entrepreneurial intention*)
 $H_1 : \beta_1 > 0$ (*self-awareness* berpengaruh positif terhadap *entrepreneurial intention*)
- *Self-regulation* (H2)
 $H_0 : \beta_1 \leq 0$ (*Self-regulation* tidak berpengaruh terhadap *entrepreneurial intention*)
 $H_1 : \beta_1 > 0$ (*Self-regulation* berpengaruh positif terhadap *entrepreneurial intention*)
- *Self-motivation* (H3)
 $H_0 : \beta_1 \leq 0$ (*Self-motivation* tidak berpengaruh terhadap *entrepreneurial intention*)
 $H_1 : \beta_1 > 0$ (*Self-motivation* berpengaruh positif terhadap *entrepreneurial intention*)
- *Empathy* (H4)
 $H_0 : \beta_1 \leq 0$ (*Empathy* tidak berpengaruh terhadap *entrepreneurial intention*)
 $H_1 : \beta_1 > 0$ (*Self-motivation* berpengaruh positif terhadap *entrepreneurial intention*)

- *Social Skills* (H5)

H0 : $\beta_1 \leq 0$ (*Social Skills* tidak berpengaruh terhadap *entrepreneurial intention*)

H1 : $\beta_1 > 0$ (*Social Skills* berpengaruh positif terhadap *entrepreneurial intention*)



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA