

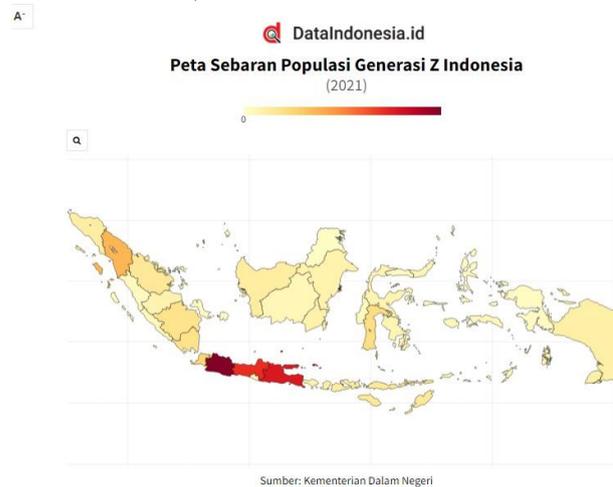
## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

##### 3.1.1 Generasi Z di wilayah Tangerang Raya

Gen Z merupakan kelompok di suatu negara yang lahir pada rentang tahun 1997 – 2012. Generasi ini tumbuh dalam era teknologi yang cepat dan memiliki akses luas ke informasi melalui internet, media sosial, dan teknologi lainnya. Faktor-faktor seperti gaya hidup, nilai-nilai, dan preferensi pendidikan dan pekerjaan adalah beberapa contoh bagaimana karakteristik Gen Z sering disorot (Liputan6.com, 2024).



Gambar 3. 1 Peta Sebaran Populasi Generasi Z Indonesia

Sumber: (dataindonesia.id,2022)

Berdasarkan gambar 3.1, ada sebanyak 68.662.815 orang generasi Z di Indonesia per 31 desember 2021 yang berusia 10 hingga 24 tahun, menurut data Kementerian Dalam Negeri. Dari total populasi tersebut, Jawa Barat memiliki jumlah penduduk generasi Z tertinggi sebanyak 11.886.058 orang. Jawa Timur berada di posisi kedua sebanyak 9.252.885 orang, dan Jawa Tengah berada di posisi ketiga sebanyak 8.511.476 orang. Gorontalo memiliki lebih banyak generasi Z sebanyak 337.754 orang, dan Papua Barat memiliki 344.920 orang. Kalimantan Utara adalah provinsi Indonesia dengan populasi generasi Z terendah yaitu sebanyak 189.403 orang (Dataindoneisa.id, 2022).

Kelompok Umur	Penduduk menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Kota Tangerang								
	Laki-laki			Perempuan			Laki-laki+Perempuan		
	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022
0-4	85 513,00	84 838,00	84 391,00	82 005,00	81 341,00	80 930,00	167 518,00	166 179,00	165 321,00
5-9	81 180,00	80 891,00	80 518,00	77 018,00	76 891,00	76 579,00	158 198,00	157 782,00	157 097,00
10-14	77 748,00	77 472,00	77 504,00	73 481,00	73 411,00	73 712,00	151 229,00	150 883,00	151 216,00
15-19	75 635,00	74 669,00	73 923,00	71 139,00	70 207,00	69 475,00	146 774,00	144 876,00	143 398,00
20-24	75 190,00	74 431,00	73 555,00	73 946,00	73 260,00	72 436,00	149 136,00	147 691,00	145 991,00
25-29	80 098,00	79 741,00	79 596,00	80 104,00	79 809,00	79 750,00	160 202,00	159 550,00	159 346,00
30-34	81 652,00	81 906,00	81 973,00	80 874,00	80 774,00	80 555,00	162 526,00	162 680,00	162 528,00
35-39	84 897,00	85 604,00	86 522,00	82 926,00	83 373,00	84 014,00	167 823,00	168 977,00	170 536,00
40-44	79 474,00	80 405,00	81 294,00	77 679,00	78 531,00	79 271,00	157 153,00	158 936,00	160 565,00
45-49	67 750,00	69 187,00	70 663,00	66 633,00	68 161,00	69 701,00	134 383,00	137 348,00	140 364,00
50-54	54 803,00	56 302,00	57 896,00	54 054,00	55 805,00	57 655,00	108 857,00	112 107,00	115 551,00
55-59	43 728,00	45 288,00	46 822,00	44 747,00	46 631,00	48 460,00	88 475,00	91 919,00	95 282,00
60-64	32 212,00	33 763,00	35 463,00	31 735,00	33 569,00	35 607,00	63 947,00	67 332,00	71 070,00
65-69	23 069,00	24 613,00	25 941,00	21 751,00	23 292,00	24 697,00	44 820,00	47 905,00	50 638,00
70+	16 060,00	17 698,00	19 648,00	18 385,00	20 051,00	22 005,00	34 445,00	37 749,00	41 653,00
Total	959 009,00	966 808,00	975 709,00	936 477,00	945 106,00	954 847,00	1 895 486,00	1 911 914,00	1 930 556,00

Gambar 3. 2 Penduduk menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Kota Tangerang 2020-2022

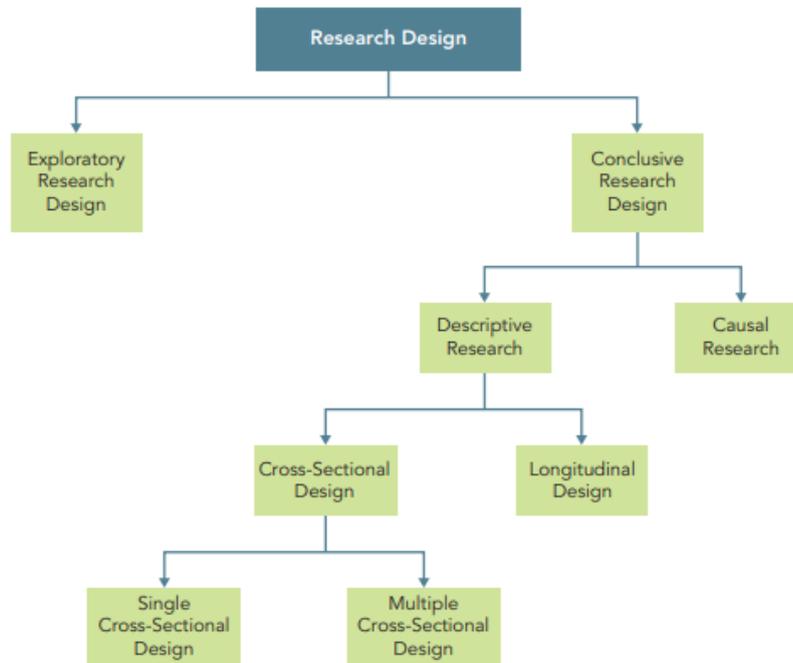
Sumber: (Badan Pusat Statistik, 2022)

Pada tahun 2020 kelompok Gen Z merupakan populasi terbesar di Tangerang dengan total jumlah 479.480 orang dengan rentang usia 18 – 26 tahun. Generasi ini merupakan mayoritas struktur demografi wilayah Tangerang. Gen Z cenderung tumbuh di era digital dan teknologi serta mewakili harapan dan potensi perekonomian masa depan, kalangan Genarasi Z saat ini mereka memiliki status sebagai mahasiswa dan pelajar (Badan Pusat Statistik, 2023).

### 3.2 Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan kerangka kerja yang digunakan peneliti untuk melakukan perencanaan dan perancangan sehingga penelitian dapat

berjalan dengan lancar dan sistematis, adanya 2 klasifikasi dalam desain penelitian yaitu *Exploratory* dan *Conclusive* (Malhotra N, 2020).



Gambar 3. 3 A Classification of market research designs

Sumber: (Malhotra, 2020)

### 3.2.1 Jenis Penelitian

Berdasarkan gambar 3.1 dapat dikatakan bahwa desain penelitian dibagi menjadi 2 yaitu *Exploratory* dan *Conclusive*.

#### 1) *Exploratory Research Design*

Menurut (Malhotra N, 2020). *Exploratory research design* adalah desain penelitian yang memiliki keterkaitan serta hubungan antara semua variabel penelitian, adanya pengujian hipotesis yang dilakukan untuk memberikan pemahaman mengenai fenomena / permasalahan yang dihadapi oleh peneliti, *exploratory research design* membutuhkan identifikasi secara detail dan relevan untuk memperoleh informasi tambahan untuk pengembangan. Penelitian ini memiliki sifat tidak terstruktur serta data yang digunakan dalam jenis penelitian ini adalah data primer yang diolah secara kualitatif, biasanya sampel yang digunakan sedikit dan tidak representatif (Malhotra N, 2020).

## 2) *Conclusive Research Design*

Menurut (Malhotra N, 2020). *Conclusive research design* adalah jenis penelitian yang berfokus dalam pengujian hipotesis dan menyelidiki hubungan tertentu secara spesifik, desain penelitian *conclusive research* cenderung lebih terstruktur dan formal, informasi yang digunakan dalam penelitian ini terdefinisi dengan jelas dan baik, sampel yang digunakan besar dan representatif, *Conclusive research design* dibagi lagi menjadi 2 jenis, yaitu:

### a) *Descriptive Research*

Menurut (Malhotra N, 2020). *Descriptive research* adalah jenis penelitian yang memiliki sebuah tujuan untuk mendeskripsikan keadaan suatu karakteristik dan fungsi dalam pasar. *Descriptive research* dilakukan dengan cara mengetahui respon pasar dengan menggunakan survei untuk mengukur pemahaman dari sebuah perspektif sosial atau dari situasi yang berbeda. *Descriptive research* pada umumnya dilakukan menggunakan survei yang terbagi menjadi 2 klasifikasi, yaitu:

- *Crossed-Sectional Design*, merupakan metode pengumpulan data atau informasi dari setiap elemen dan sampel yang disediakan hanya satu kali.
- *Longitudinal Design*, merupakan metode jenis penelitian ini menggunakan sampel dan variabel yang sama, penelitian

dilakukan dengan cara mendeskripsikan perubahan situasi atau kondisi dari waktu ke waktu secara detail dan mendalam.

b) *Casual Research*

Menurut (Malhotra N, 2020). *Casual Research* adalah metode penelitian dengan mencari hubungan sebab akibat dari setiap variabel penelitian yang dilakukan, penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian deskriptif yaitu memiliki sistematika penelitian yang terstruktur dan terencana dengan baik.

Dari beberapa desain penelitian diatas, penulis memutuskan untuk menggunakan *conclusive research design*. Peneliti menggunakan jenis desain *descriptive research* karena penulis ingin menguji hipotesis dan menyelidiki pengaruh variabel *Perceived access to finance*, *Entrepreneurial self-efficacy*, *Attitude toward entrepreneurship* dan *Entrepreneurial ability* terhadap *Entrepreneurial intentions*. Peneliti menggunakan metode *crossed-sectional design* dalam pengambilan data yang dilakukan hanya satu kali pada setiap sampel penelitian. Peneliti akan menggunakan metode survei berupa kuisisioner kepada responden terhadap target penelitian, skala yang digunakan dalam penelitian yaitu skala *likert* 1 – 5. Dalam skala *likert* 1 – 5, angka 1 dapat diartikan sangat tidak setuju, angka 2 tidak setuju, angka 3 netral, angka 4 setuju dan 5 sangat setuju.

### 3.2.2 Data Penelitian

Dalam buku (Malhotra N, 2020), adanya 2 jenis data dalam penelitian yaitu:

1) *Primary Data*

*Primary data* merupakan data yang dihasilkan peneliti dengan tujuan sebagai solusi dalam menyelesaikan masalah dalam penelitian tersebut, data yang dikumpulkan berupa informasi yang diperoleh dari survei secara online maupun langsung dan dengan cara interview.

## 2) *Secondary Data*

*Secondary data* merupakan data yang diperoleh dengan tujuan untuk menyelesaikan sebuah masalah penelitian lain, data sekunder ini merupakan data yang dihasilkan dari jurnal, buku, website, penelitian terdahulu ataupun data perusahaan.

Dari definisi data penelitian diatas, peneliti menggunakan *primary data* yang dikumpulkan oleh peneliti dengan cara melalui metode survei menggunakan *Google Form*, dari survei yang dilakukan peneliti, menghasilkan data yang akurat dan nyata berasal dari jawaban responden yang dituju.

Pada *secondary data* penulis menggunakan data yang digunakan dari beberapa sumber seperti jurnal, buku, website, dan juga penelitian terdahulu, data sekunder ini bertujuan sebagai data pendukung penelitian yang dilakukan oleh peneliti dalam memperkuat definisi setiap variabel penelitian serta membangun hipotesis penelitian.

### 3.3 Metode Penelitian

Menurut (Malhotra N, 2020), dalam metode penelitian adanya 2 jenis metode yang dapat dilakukan untuk melakukan penelitian yaitu *quantitative* dan *qualitative*:

#### 1) *Quantitative Research*

*Quantitative research* merupakan metode yang juga dikenal sebagai penelitian kuantitatif, metode ini memiliki tujuan dalam pengukuran data dengan cara teknik analisis statistik, matematika dan komputasi, yang bersifat numerik atau angka untuk mendapatkan informasi yang tepat dan nyata, data tersebut dapat diperoleh dengan menyebarkan survei secara online.

#### 2) *Qualitative Resesarch*

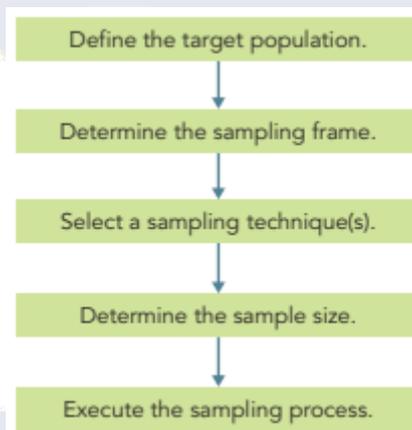
*Qualitative research* atau penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang bersifat deskriptif dengan menggunakan analisis, data yang dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif tidak dapat

dinyatakan dalam bentuk numerik atau angka, tetapi dinyatakan dalam bentuk argumen / ungkapan, kata, kalimat dan gambar, data tersebut dapat diperoleh dengan cara wawancara dan observasi secara langsung.

Dari kedua teori diatas, penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif atau *quantitative research*, penulis akan memperoleh data dari hasil survei yang didistribusikan kepada responden yang dituju sebagai sampel penelitian kemudian dikumpulkan serta diukur secara numerik.

### 3.4 Ruang Lingkup Penelitian

Menurut (Malhotra N, 2020), Proses desain sampel terdiri dari lima langkah yang ditampilkan secara berurutan dan terkait dengan semua aspek proyek riset pemasaran, mulai dari definisi masalah hingga presentasi hasil. Oleh karena itu, keputusan yang dibuat tentang proses desain sampel harus dimasukkan ke dalam keputusan lain yang dibuat tentang proyek riset.



Gambar 3. 4 The Sampling Design Process

Sumber: (Naresh K. Malhotra, 2020)

Berdasarkan gambar 3.2 dapat di jelaskan bahwa adanya 5 tahap untuk peneliti melakukan proses desain sampel, peneliti pertama-tama akan melakukan identifikasi terhadap target populasi penelitian, tahap selanjutnya peneliti akan menetapkan *sampling frame*, tahap selanjutnya peneliti akan menetapkan *sampling technique*, tahap selanjutnya peneliti akan menetapkan *sample size*, tahap yang terakhir peneliti akan melakukan eksekusi terhadap data atau sampel yang didapatkan untuk diteliti (Malhotra N, 2020).

### **3.4.1 Target Populasi**

Menurut (Malhotra N, 2020) target populasi adalah kumpulan elemen atau objek yang memiliki informasi yang dicari oleh peneliti dan yang akan digunakan untuk membuat kesimpulan. Jika populasi target tidak didefinisikan dengan tepat, penelitian akan menjadi tidak efektif dan menyesatkan. Mendefinisikan target populasi berarti menerjemahkan masalah ke dalam pernyataan yang tepat tentang siapa yang harus dan tidak harus diambil sebagai sampel. Target populasi dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah masyarakat Indonesia yang termasuk kalangan Generasi Z.

### **3.4.2 Sampling Frame**

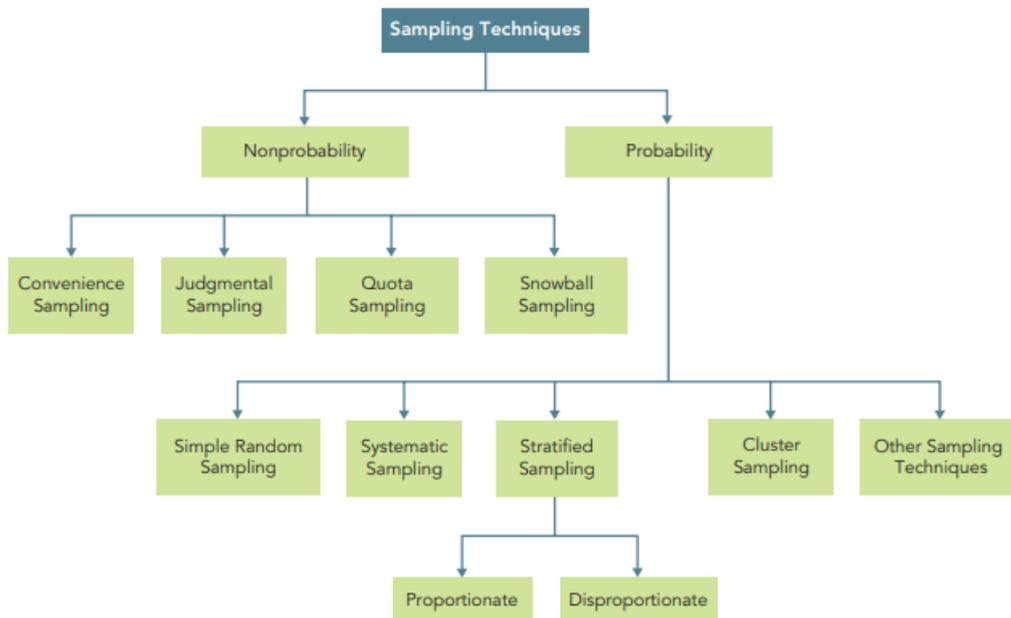
Menurut (Malhotra N, 2020) *sampling frame* merupakan sebuah representasi dari elemen-elemen target populasi, kerangka sampling terdiri dari beberapa rangkaian petunjuk dalam melakukan identifikasi terhadap target populasi. Sampel yang digunakan oleh peneliti untuk melakukan penelitian ini adalah masyarakat Indonesia di wilayah Tangerang Raya yang tergolong ke dalam Generasi Z dengan rentang usia 18 – 26 Tahun.

### **3.4.3 Sampling Unit**

Menurut (Malhotra N, 2020) *sampling unit* merupakan unit yang mengandung elemen dan harus dipilih pada tahap tertentu dalam proses pengambilan sampel. Dalam penelitian ini, peneliti mengambil *Sampling unit* yaitu masyarakat Indonesia di wilayah Tangerang Raya yang tergolong ke dalam Generasi Z dengan rentang usia 18 – 26 Tahun dan belum pernah memulai sebuah usaha atau bisnis.

### 3.4.4 Sampling Technique

#### A Classification of Sampling Techniques



Gambar 3. 5 A Classification of Sampling Techniques

Sumber: (Malhotra, 2020)

Berdasarkan gambar 3.3 diatas, memilih metode pengambilan sampel adalah salah satu dari banyak keputusan yang lebih luas. Peneliti harus bisa memutuskan untuk menggunakan pengambilan sampel probabilitas atau nonprobabilitas. *Nonprobability sampling* merupakan teknik pengumpulan sampel yang dilakukan atas dasar kenyamanan dan penilaian pribadi oleh peneliti, sedangkan *Probability Sampling* merupakan teknik pengambilan sample yang dipilih dengan melihat peluang yang ada pada ukuran tertentu dari suatu populasi (Malhotra N, 2020)

Dari teknik pengumpulan sampel diatas, peneliti dalam melakukan penelitian ini menggunakan teknik *nonprobability sampling*. teknik pengambilan sampel ini dibagi menjadi 4 jenis yaitu:

1) *Convenience Sampling*

Menurut (Malhotra N, 2020) *Convenience sampling* adalah pengambilan sampel berdasarkan elemen-elemen yang mudah dijangkau dan memberikan kenyamanan bagi peneliti.

2) *Judgemental Sampling*

Menurut (Malhotra N, 2020) *Judgemental sampling* adalah pengambilan sampel yang mudah karena setiap elemen-elemen populasi dipilih berdasarkan penilaian dan kepercayaan peneliti terhadap sampel yang diperoleh.

3) *Quota Sampling*

Menurut (Malhotra N, 2020) *Quota sampling* adalah pengambilan sampel yang dipandang berdasarkan pertimbangan dua tahap yang dilakukan peneliti hingga menentukan karakteristik dalam target populasi.

4) *Snowball Sampling*

Menurut (Malhotra N, 2020) *Snowball sampling* adalah pengambilan sampel yang dilakukan oleh peneliti dengan menentukan sekelompok responden secara acak, lalu mengajak para responden yang dipilih untuk mengidentifikasi orang lain dengan tujuan mengetahui target populasi yang diminati.

Pada 4 jenis teknik pengambilan sampel diatas, peneliti menggunakan *judgemental sampling* dengan menggunakan beberapa kriteria dan penilaian terhadap sampel yang dipakai dalam penelitian. Kriteria responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Responden yang tergolong ke dalam Generasi Z rentang usia 18 – 26 Tahun.
- 2) Responden yang tinggal di wilayah Tangerang Raya.
- 3) Responden yang belum pernah memulai suatu bisnis dan usaha.

### **3.4.5 Sampling Size**

*Sampling size* merupakan sebuah acuan jumlah elemen yang akan digunakan dan dimasukkan ke dalam penelitian, peneliti harus menentukan ukuran

sampel dengan melibatkan beberapa pertimbangan kualitatif dan kuantitatif (Malhotra N, 2020), menurut (J. F. Hair et al., 2019) ukuran elemen yang digunakan untuk melakukan sebuah penelitian yaitu sebanyak lima pengukuran dari setiap variabel yang digunakan, jumlah sampel penelitian harus sesuai dengan jumlah indikator pertanyaan di dalam kuisisioner yang digunakan peneliti. Dalam penelitian ini terdapat 5 variabel yang diteliti dengan jumlah sebanyak 25 pertanyaan, maka untuk menentukan jumlah minimum sampel dalam penelitian ini  $25 \times 5$ , yaitu 125 responden.

### **3.5 Prosedur Penelitian**

#### **3.5.1 Priode Penelitian**

Penelitian ini berlangsung kurang lebih dilakukan selama 4 bulan, yang dimulai sejak bulan Februari 2024 sampai bulan Mei 2024. Penelitian ini diawali dengan penentuan objek penelitian, penulisan latar belakang berdasarkan data faktual serta merumuskan masalah penelitian, lalu mencantumkan penelitian terdahulu, selanjutnya dilakukan pengumpulan data dan pengolahan data, dan terakhir membuat kesimpulan dan saran.

#### **3.5.2 Pengumpulan data**

Penulis melakukan pengumpulan data primer dan data sekunder dengan prosedur penulisan sebagai berikut:

- 1) Peneliti mencari dan mengumpulkan data sekunder seperti, buku ilmiah, jurnal, artikel, informasi dan laporan ilmiah dari website yang digunakan untuk data pendukung di penelitian ini.
- 2) Peneliti menggunakan jurnal utama sebagai referensi dan acuan pembuatan indikator pertanyaan untuk kuisisioner dalam survei penelitian.
- 3) Peneliti melakukan penyebaran kuisisioner *mini survey* untuk data pendukung di latar belakang dengan sebanyak 33 responden.

- 4) Peneliti melakukan penyebaran kuisioner untuk kebutuhan data *pre-test* secara online menggunakan Google formulir kepada 33 responden, dilakukan untuk menguji setiap indikator pertanyaan yang digunakan.
- 5) Peneliti melakukan pengolahan data *pre-test* menggunakan aplikasi pengolahan data SPSS 25 terhadap 33 responden untuk melakukan uji validitas dan uji reliabilitas. Peneliti akan melanjutkan ke tahap *main test* dengan 125 responden jika tahap *pre-test* sudah valid.
- 6) Peneliti melakukan penyebaran kuisioner untuk kebutuhan data *main test* terhadap 125 responden secara online menggunakan Google formulir.
- 7) Peneliti melakukan pengolahan data *main test* menggunakan aplikasi *SmartPLS* untuk menguji *Outer loading*, *convergent validity*, *discriminant validity* serta melakukan uji *hipotesis*.

### **3.6 Variabel Penelitian**

#### **3.6.1 Variabel Eksogen**

Menurut (J. Hair et al., 2021) Variabel *exogenous* atau eksogen merupakan variabel laten yang memiliki fungsi sebagai variabel *independen*, dapat diartikan bahwa variabel eksogen memiliki peran untuk mempengaruhi variabel *dependen*, pada penelitian ini peneliti memiliki 3 variabel eksogen yaitu *perceived access to finance*, *entrepreneurial self-efficacy* dan *attitude toward entrepreneurship*.

#### **3.6.2 Variabel Endogen**

Menurut (J. Hair et al., 2021) Variabel *endogenous* atau endogen merupakan variabel dependen, yang dimana variabel ini berfungsi untuk mengacu pada model pengukuran satu variabel laten tertentu, pada penelitian ini peneliti memiliki 1 variabel endogen yaitu *Entrepreneurial Intention*.

### 3.7 Operasional Tabel Penelitian

Tabel 3. 1 Operasional Variabel Penelitian

N o.	Variabel	Definisi Operasional	Kode	Pertanyaan dalam bahasa Inggris	Pertanyaan dalam bahasa Indonesia	Scaling Techniques	Refrensi
1.	<i>Perceived Access To Finance</i>	Compaore (2022), akses terhadap keuangan yaitu kemampuan individu atau organisasi untuk dapat mengakses keuangan secara fromal, yang dapat menjaga ketahanan dan pertumbuhan ekonomi bagi usaha	PAF1	<i>If I were to start my own business, I know how to prepare a business plan</i>	Saya tahu bagaimana mempersiapkan rencana bisnis untuk memulai bisnis saya	<i>Likert 1-5</i>	(Gundry & Welsch, 2001)
			PAF 2	<i>If I start my own business, I know how to use financial information to make business decisions</i>	Saya tahu bagaimana menggunakan informasi keuangan untuk membuat keputusan bisnis		
			PAF3	<i>If I am going to start my own business, I know a lot about entrepreneurial development agencies and their funding sources</i>	Saya tahu banyak tentang lembaga pengembangan kewirausahaan (assosiasi, inkubator bisnis, akselelator bisnis) beserta sumber pendanaan mereka		

			PAF4	<i>If I'm starting my own business, I know a lot about fund development facilities and funding sources</i>	Saya tahu banyak informasi tentang fasilitas /akses untuk sumber pemodalan bisnis (kredit bank)		
			PAF5	<i>If I start my own business, I know a lot about other sources of funding</i>	Saya tahu banyak tentang sumber pendanaan lain untuk memulai bisnis (lomba bisnis, fintech pendanaan, koperasi)		
2.	<i>Entrepreneurial Self-Efficacy</i>	Boyd (1994), efikasi diri wirausaha adalah penerapan efikasi diri dalam penelitian kewirausahaan untuk mengukur sejauh mana	ESE1	<i>I can come up with new ideas and products</i>	Saya bisa menghasilkan ide dan produk baru	<i>Likert 1-5</i>	(Kolvereid, 1996)
			ESE2	<i>I can identify creative ways to get things done with</i>	Saya dapat mengidentifikasi cara-cara kreatif untuk menyelesaikan		

		wirausahawan dapat merasa percaya diri terhadap kemampuan kewirausahaannya untuk menyelesaikan berbagai tugas dan proyek		<i>limited resources</i>	berbagai hal dengan sumber daya yang terbatas		
			ESE3	<i>I can take calculated risks succeed with all my efforts.</i>	Saya dapat mengambil risiko yang telah diperhitungkan		
			ESE4	<i>I have the ability to succeed with all the endeavors I set my mind to</i>	Saya memiliki kemampuan untuk berhasil dengan semua upaya yang saya lakukan.		
			ESE5	<i>I can formulate a set of actions in pursuit of opportunities</i>	Saya dapat merumuskan serangkaian tindakan dalam mengejar peluang		
3.	<i>Attitude Toward Entrepreneurship</i>	Ajzen (1991), Sikap terhadap perilaku wirausaha merupakan salah satu faktor motivasi dalam teori perilaku terencana dan	ATE1	<i>If I had the opportunity and resources, I would like to start a firm</i>	Jika saya memiliki kesempatan dan sumber daya, saya ingin memulai sebuah perusahaan	<i>Likert 1-5</i>	(Kolvereid & Isaksen, 2006)
			ATE2	<i>A career as an entrepreneur is</i>	Karier sebagai wirausahawan		

		mempengaruhi minat seseorang untuk berwirausaha. Sikap terhadap suatu perilaku dapat digambarkan sebagai sejauh mana seseorang secara pribadi mengevaluasi perilaku tersebut secara positif atau negatif		<i>attractive for me</i>	sangat menarik bagi saya		
			ATE3	<i>I would rather be my own boss than have a secure job</i>	Saya lebih suka menjadi bos bagi diri saya sendiri daripada memiliki pekerjaan yang aman		
			ATE4	<i>Being an entrepreneur would entail great satisfaction for me</i>	Menjadi seorang wirausahawan akan memberikan kepuasan tersendiri bagi saya		
			ATE5	<i>Entrepreneurs hip is a good way to make lots of money</i>	Kewirausahaan adalah cara yang baik untuk menghasilkan banyak uang		
4.	<i>Entrepreneurial Ability</i>	Frimanslund et al., (2004), Kemampuan kewirausahaan merupakan konsep kompleks yang mencakup pengenalan peluang secara	EA1	<i>I am open to new ideas</i>	Saya terbuka terhadap ide-ide baru	<i>Likert 1-5</i>	(Mitchell & Mickel, 1999)
			EA2	<i>I am not discouraged by challenges and negative feedback</i>	Saya tidak berkecil hati dengan tantangan dan umpan balik negatif		

		luas dan kemampuan mengeksploitasi sumber daya, kemampuan berwirausaha tidak seharusnya didistribusikan secara merata diantara wirausahawan lainnya, kemampuan wirausaha dapat dipelajari dan diajarkan untuk pengembangan khusus setiap individu	EA3	<i>My success is influenced by my abilities and efforts</i>	Kesuksesan saya dipengaruhi oleh kemampuan dan usaha saya		
			EA4	<i>I believe that higher risks are worth taking because they give higher returns</i>	Saya percaya bahwa risiko yang lebih tinggi layak diambil karena memberikan imbal hasil yang lebih tinggi		
			EA5	<i>I am not afraid of investing my money in a business whose risk I have challenged</i>	Saya tidak takut menginvestasikan uang saya dalam bisnis yang risikonya telah saya tantang		
5.	<i>Entrepreneurial Intention</i>	Syed et al., (2020), niat berwirausaha yaitu mengacu	EI1	<i>I am prepared to do anything to be an entrepreneur</i>	Saya siap melakukan apa saja untuk	<i>Likert 1-5</i>	(Tang & Chiu, 2003)

		pada niat individu untuk berpartisipasi dalam kegiatan dan program yang mengarah pada pengembangan bisnis baru			menjadi seorang wirausahawan	
	EI2	<i>I have strong intentions to start my own business in the future</i>			Saya memiliki niat yang kuat untuk memulai bisnis saya sendiri di masa depan	
	EI3	<i>I will make every effort to start and manage my own business.</i>			Saya akan melakukan segala upaya untuk memulai dan mengelola bisnis saya sendiri	
	EI4	<i>I am determined to start my own business in the future</i>			Saya bertekad untuk memulai bisnis saya sendiri di masa depan	
	EI5	<i>My long-term goal is to become an entrepreneur</i>			Tujuan jangka panjang saya adalah menjadi seorang pengusaha	

Sumber: Hasil Olahan Peneliti (2024)

### 3.8 Teknik Analisis Data

#### 3.8.1 Pre-test

*Pre-test* merupakan aktivitas pengumpulan data survei dengan jumlah yang kecil sebelum melakukan pengumpulan data survei yang lebih banyak atau *main*

*test*. Kelakayakan survei akan diuji di tahap *pre-test* agar data yang dihasilkan konsisten dan dapat dilanjutkan ke tahap *main test*. Pada penelitian ini peneliti mengumpulkan 33 responden Generasi Z di wilayah Tangerang Raya, dalam analisis *pre-test* terdapat 2 macam pengujian yaitu:

### 3.8.1.1 Uji Validitas

Uji Validitas dilakukan untuk pengecekan data yang bertujuan untuk mengetahui apakah alat pengukuran yang digunakan dapat menjelaskan karakteristik terhadap fenomena yang diteliti (Malhotra et al., 2017). Menurut (Ghozali, 2018), Uji validitas digunakan untuk mengevaluasi validitas kuesioner, suatu kuesioner dianggap valid hanya jika pertanyaannya mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur secara objektif, dalam pengukuran uji validitas, data dianggap valid jika signifikansinya kurang dari 0,05 atau 5%. Dengan kata lain, jika nilai signifikansinya kurang dari 0,05, maka data tersebut dianggap valid.

Penelitian ini menggunakan aplikasi pengolahan data SPSS 25 untuk menguji validasi setiap indikator pertanyaan untuk kebutuhan *pre-test* yang digunakan menggunakan *factor analysis*. Menurut (Malhotra N, 2020), analisis faktor adalah serangkaian tindakan yang digunakan untuk mengurangi dan meringkas data. Faktor-faktor yang mendasarinya dan faktor-faktor yang diamati masing-masing dapat diwakili sebagai kombinasi linier. Faktor-faktor tersebut diekstraksi sedemikian rupa sehingga faktor pertama menyumbang varians tertinggi dalam data, faktor kedua menyumbang varians tertinggi, dan seterusnya. Selain itu, ada kemungkinan faktor-faktor tersebut diekstraksi sehingga tidak saling terkait, seperti yang terjadi dalam analisis komponen utama.

Tabel 3. 2 Kriteria Pengukuran Uji Validitas

No.	Ukuran Validitas	Definisi	Syarat penilaian
1.		Maholtra (2020), <i>Kaiser-Meyer-Olkin</i> (KMO)	Jika nilai pada KMO > 0,5 dapat

	<b><i>Kaiser Meyer Olkin Measure of Sampling (KMO)</i></b>	<p>digunakan untuk mengevaluasi kelayakan dan kecukupan sampling, analisis faktor Nilai yang tinggi (antara 0,5 dan 1,0) menunjukkan bahwa analisis faktor tepat, sedangkan nilai di bawah 0,5 menunjukkan bahwa analisis faktor mungkin tidak tepat</p>	<p>dinyatakan VALID</p> <hr/> <p>Jika nilai pada <math>KMO &lt; 0,5</math> dinyatakan TIDAK VALID</p>
2.	<b><i>Bartlett's Test of Sphericity</i></b>	<p>Maholtra (2020), <i>bartlett's test of sphericity</i> digunakan untuk menguji hipotesis bahwa variabel-variabel dalam populasi tidak berkorelasi, Dalam matriks korelasi populasi, setiap variabel memiliki korelasi sempurna dengan dirinya sendiri (<math>r = 1</math>) tetapi tidak memiliki korelasi dengan variabel lain (<math>r = 0</math>).</p>	<p>Jika hasil nilai dalam pengujian data signifikan <math>&lt; 0,05</math> maka adanya hubungan yang signifikan antara Variabel</p>

3.	<b><i>Measurement of Sampling Aduqacy/ Anti-Image</i></b>	Malhotra et al., (2017), menyatakan bahwa matriks korelasi anti-image digunakan untuk menyaring setiap variabel untuk menilai setiap variabel dengan syarat yang telah ditentukan.	Jika nilai pada $MSA > 0,5$ dinyatakan VALID
			Jika nilai $MSA < 0,5$ dinyatakan TIDAK VALID
4	<b><i>Factor Loading of Component Matrix</i></b>	Malhotra (2020), <i>Factor Loading of Component Matrix</i> digunakan untuk melakukan penilaian terhadap korelasi antara variabel asli dan faktor yang ada.	Jika nilai <i>Componen Matrix</i> $> 0,5$ dinyatakan VALID
			Jika nilai <i>Componen Matrix</i> $< 0,5$ dinyatakan TIDAK VALID

Sumber: Hasil Olahan Penelti (2024)

### 3.8.1.1.1 Uji Reliabilitas

Menurut (Malhotra N, 2020), reliabilitas adalah penentuan proporsi variasi sistematis dalam skala. Ini dicapai dengan menentukan apakah ada hubungan antara skor yang diperoleh dari berbagai administrasi skala. Jika ada hubungan yang tinggi, skala tersebut akan memberikan hasil yang konsisten dan dapat diandalkan. Reliabilitas dievaluasi melalui metode tes-retes, bentuk alternatif, dan konsistensi internal. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan aplikasi pengolahan data statistik menggunakan SPSS 25 dalam pengujian validitas terhadap indikator pertanyaan yang digunakan dengan mengukur reliabilitas.

Menurut (Malhotra N, 2020), adanya ukuran nilai Coefficient alpha atau Cronbach's alpha yang menentukan validitas data, jika data dikatakan valid maka

nilai Cornbach's alpha  $> 0,7$ , jika kurang dari itu maka secara umum menunjukkan konsistensi internal reliability tidak memuaskan. Koefisien alpha atau Cornbach's alpha adalah rata-rata dari semua koefisien separuh bagian yang dapat dihasilkan dari berbagai pendekatan untuk membelah item-item dalam skala.

### **3.9 Analisis data menggunakan PLS-SEM**

PLS-SEM merupakan metode non-parametrik, bootstrapping diperlukan untuk mengestimasi kesalahan standar dan menghitung interval kepercayaan. Sifat pemodelan PLS-SEM sangat fleksibel. Jika ada hubungan dalam populasi, algoritma PLS-SEM lebih cenderung membuat hubungan tertentu signifikan. Ini disebabkan fakta bahwa algoritma ini tidak memasukkan hubungan melingkar atau perulangan hubungan antara variabel laten dalam model struktural. Perbandingan dengan regresi yang menggunakan data skor penjumlahan juga berlaku (J. Hair et al., 2021)

Metode modeling equation struktural (SEM) menghitung hubungan ketergantungan antara sejumlah konsep atau konstruk yang diwakili oleh sejumlah variabel yang diukur dan dimasukkan ke dalam model terintegrasi. SEM tidak hanya digunakan untuk konfirmasi tetapi juga untuk eksplorasi (Malhotra et al., 2017). Pemodelan persamaan struktural (SEM) digabungkan ke dalam model terintegrasi dengan mengestimasi hubungan ketergantungan di antara sejumlah konsep atau konstruk yang diwakili oleh sejumlah variabel yang diukur (Malhotra N, 2020). Analisis multivariat generasi kedua (SEM) memungkinkan analisis hubungan antar konstruk yang masing-masing diukur dengan satu atau lebih variabel pengukur. Mengukur hubungan model yang kompleks sambil memperhitungkan kesalahan pengukuran indikator adalah keunggulan utama SEM (J. Hair et al., 2021).

#### **3.9.1 Measurement Model Fit (Outer Model)**

Menurut (Malhotra N, 2020), *Measurement model* adalah Model pengukuran yang terdiri dari dua konstruk yang saling berkorelasi dengan masing-

masing konstruk. Tiga indikator, atau variabel terukur, menunjukkan penugasan variabel terukur ke masing-masing konstruk laten secara grafis setara. Ini ditunjukkan dengan menggambar anak panah ke variabel terukur yang mewakili konstruk tersebut, dalam melakukan pengukuran adaya 3 jenis pengukuran pada *measurement model* yaitu:

1) Reliabilitas

Dalam pengukuran Reliabilitas terdapat parameter *Coefficient Alpha* atau *Cronbach's Alpha* yang digunakan untuk mengukur reliabilitas berdasarkan indikator yang digunakan dan *Composite Reliability* dengan nilai  $> 0,7$  dianggap valid yang digambarkan sebagai jumlah total skor varians sebenarnya dibandingkan dengan skor varians total. *Cornbach's alpha*  $> 0,7$ , jika kurang dari itu maka secara umum menunjukkan konsistensi internal reliability tidak memuaskan dan  $\rho_A > 0,7$  dianggap valid.

2) *Convergent Validity*

Ukuran muatan faktor memberikan bukti validitas konvergen karena mengukur seberapa baik skala berkorelasi positif dengan ukuran konstruk lainnya. Muatan faktor yang tinggi menunjukkan bahwa variabel yang diamati menyatu pada struktur yang sama. Hasil outer loading harus bernilai  $> 0,7$  dan nilai Average variance extracted (AVE) harus  $> 0,5$  agar analisa variabel dapat dipakai untuk penelitian, sehingga pengujian konvergen dinyatakan valid.

3) *Discriminant Validity*

Untuk membuktikan validitas diskriminan, harus menunjukkan bahwa struktur ini berbeda dari struktur lainnya dan memberikan kontribusi yang berbeda. Untuk setiap variabel yang diamati secara individual, hanya satu konstruk laten harus dimasukkan. *Cross-loading* menimbulkan masalah dalam membangun validitas diskriminan karena menunjukkan kurangnya kekhasan dan menggunakan analisis *Fornell-Larcker Criterion* sebagai metode kedua untuk mengevaluasi *discriminant validity*, Jika nilai *cross loading* dan *Fornell-Larcker*

untuk variabel itu sendiri lebih besar dan lebih besar dari variabel lain, indikator variabel tersebut dianggap valid.

### 3.9.2 Structural Model (Inner Model)

Menurut (J. F. Hair et al., 2017) Structural model merupakan penilaian terhadap fenomena dalam penelitian dan mengetahui kemampuan model untuk memprediksi setiap hubungan dari setiap konstruk. Peneliti akan menggunakan 4 parameter yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu, sebagai berikut:

*Tabel 3. 3 Kriteria Pengukuran Uji Validitas*

Kriteria	Rule of Thumb
<i>coefficients of determination (R<sup>2</sup> values)</i>	<i>Values 0.25, 0.50, dan 0.75 menunjukkan nilai R<sup>2</sup> weak, moderate, and substantial</i>
<i>Critical t values for one-tailed</i>	<i>T values &gt; 1.65 (Significant)</i>
<i>P values</i>	<i>P value &lt; 0.05 (Significant)</i>

Sumber: Hair et al., (2017)

### 3.10 Uji Hipotesis

Penulis melakukan uji hipotesis dalam penelitian ini untuk membantu menentukan seberapa besar pengaruh antara variabel. Uji hipotesis juga membantu menentukan validitas hipotesis. Kebutuhan untuk hipotesis yang dapat diterima dalam penelitian ini adalah nilai P-value < 0.05, dan nilai T-statistic > 1.65 (J. F. Hair et al., 2017).