

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

3.1.1 Universitas Pakuan



Gambar 3.1 Logo Universitas Pakuan

Universitas Pakuan adalah kelanjutan dari Universitas Bogor yang kemudian berganti nama menjadi Universitas Pakuan dibawah naungan Yayasan Kartika Siliwangi Pembina Universitas Pakuan (YKS-PUP) pada tahun 1980. Hingga kini, terdapat beberapa jumlah fakultas yang ada di Universitas Pakuan. Untuk Program Sarjana (S1) dan D3 terdapat Fakultas Ekonomi, Fakultas Hukum, Fakultas Keguruan Ilmu Pendidikan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Fakultas Sastra dan Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam. Untuk Program Pascasarjana (S2), terdapat Fakultas Manajemen Pendidikan, Fakultas Pendidikan Kependudukan dan Lingkungan Hidup, Fakultas Ilmu Hukum dan Magister Manajemen. Universitas Pakuan sendiri menggunakan kurikulum yang berbasis Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia (KKNI), dan menggunakan kurikulum 2016 untuk Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Bisnis, dimana Konsentrasi yang di tawarkan untuk program studi S1 adalah Manajemen Sumber Daya Manusia (SDM), Manajemen Operasional,

Manajemen Pemasaran, dan Manajemen Keuangan (Universitas Pakuan, 2019). Berikut merupakan pohon pembelajaran untuk prodi S1 Manajemen:

POHON PEMBELAJARAN DALAM PRODI S1 MANAJEMEN MBKM									
Semester SKS									
VIII	Research Paper								
	6	MN06140							
VII	Legal Aspects In Business	Scientific Publication and Writing	Risk Management	Business Decision Making	Business Planning and Start-Up	Public Speaking	Business Simulation	Colloquium	
	20	MN06131	MN06138	MN06133	MN06134	MN06135	MN06136	MN06137	MN06139
VI	Research Methodology	Strategic Management	Management Information System	Entrepreneurship	Mata Kuliah Konsentrasi Pilihan 1	Mata Kuliah Konsentrasi Pilihan 3	Mata Kuliah Konsentrasi Pilihan 3		
	20	MN06128	MN06129	MN06130	FEB10205	MN061XX	MN061XX	MN061XX	
V	Accountability and Organizational Performance Analysis	Management Accounting	Data Mining for Business	Business Ethics	Capital Market	Marketing Research	Business Feasibility Study		
	20	MN06121	MN06122	MN06123	MN06124	MN06125	MN06126	MN06127	
IV	Advanced Financial Management	Corporate and Government Budgeting	Organizational Behavior	Taxation	Operations Research	Green Economics	Leadership		
	20	MN06116	MN06117	MN06118	MN06119	MN06120	FEB10205	MN06132	
III	E-Commerce	Financial Management	Operational Management	Marketing Management	Human Resource Management	Communication Business & Negotiations	Regional Development Economics		
	20	MN06115	MN06111	MN06112	MN06113	MN06114	FEB10202	FEB10203	
II	Business Statistics	Principles of Micro Economics	Business Accounting	Business English	E-Business	Character and Citizenship Education	Indonesian Language	Pendidikan Agama	
	21	MN06107	MN06108	MN06109	MN06107	FEB10202	UPK126201	UPK126202	UPK126204-B
I	Computer Applications For Business	Economic Math	Introduction of Business Management	Principles of Macro Economics	Introduction to Statistics	Accounting for Non-Accountants	Education of Pancasila		
	20	MN06101	MN06102	MN06103	MN06104	MN06105	MN06106	UPK126201	
147 SKS									

Keterangan :		Islamic Education	Catholic Christian Religious Education	Protestant Christian Religious Education	Hindu Education	Buddhism Education
MK Pokok Prodi		UPK126204	UPK126205	UPK126206	UPK126208	UPK126207
MKWK dan Pendukung						
MK Pilihan						
MK MBKM						
CPL SIKAP (S)						
CPL Pengetahuan (P)						
CPL Keterampilan Umum (KU)						
CPL Keterampilan Khusus (KK)						

Pendidikan Agama:		International Financial Management	Investment & Portfolio Management	Sharia Financial Management
1	Financial Mgt & Business Analysis	MN06301	MN06302	MN06303
2	Human Capital Management	MN06304	MN06305	MN06306
3	Marketing & Consumer Behavior	MN06307	MN06308	MN06309
4	Production & Quality Management	MN06310	MN06311	MN06312

Pilihan Konsentrasi:	
1	Financial Mgt & Business Analysis
2	Human Capital Management
3	Marketing & Consumer Behavior
4	Production & Quality Management

Gambar 3.2 Kurikulum S1 Manajemen Universitas Pakuan

Sumber : Universitas Pakuan, (2019)

Berdasarkan silabus Universitas Pakuan sendiri, terdapat mata kuliah *Entrepreneurship* atau Pendidikan Kewirausahaan yang merupakan mata kuliah MKWU (Mata Kuliah Wajib Umum) dan pendukung pada Prodi S1 Manajemen MBKM. Maka, Universitas Pakuan telah memenuhi kriteria dari penelitian ini karena Mahasiswa/I nya telah mendapatkan mata kuliah tersebut.

3.1.2 Universitas Nusa Bangsa



Gambar 3.3 Logo Universitas Nusa Bangsa

Universitas Nusa Bangsa adalah sebuah Universitas yang berlokasi di Kota Bogor yang telah berdiri sejak tahun 1987 dibawah naungan Yayasan Pengembangan Keterampilan dan Mutu Kehidupan (YPKMPK). Universitas Nusa Bangsa memiliki beberapa fakultas, seperti Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Fakultas Pertanian, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, dan Fakultas Kehutanan. Universitas Nusa Bangsa sendiri menggunakan kurikulum yang berbasis Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia (KKNI), dan Standar Nasional Pendidikan Tinggi (SNPT) dengan total Sistem Kredit Semetester (SKS) minimal 147 SKS untuk Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Bisnis dengan beberapa konsentrasi yang ditawarkan, yaitu Manajemen SDM, Manajemen Keuangan, Manajemen Pemasaran, dan Manajemen Operasi/Produksi. Berikut merupakan kurikulum untuk program studi Manajemen:

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SEMESTER GANJIL						SEMESTER GENAP					
No	Kode MK	Mata Kuliah	SKS	N	S	No	Kode MK	Mata Kuliah	SKS	N	S
Semester I						Semester II					
1	UNI 1101	Pendidikan Pancasila	2(2-0)			8	UNI 1201	Pendidikan Agama	2(2-0)		
2	UNI 1102	B. Indonesia	2(2-0)			9	UNI 1202	B. Inggris I	2(2-0)		
3	EKO 1101	Matematika Ekonomi	3(3-0)			10	UNI 1203	Pendidikan Kewarganegaraan	2(2-0)		
4	EKO 1102	Pengantar Ilmu Ekonomi	3(3-0)			11	UNI 1204	Pengantar Ilmu Lingkungan	2(2-0)		
5	MAN 1101	Pengantar Bisnis	3(3-0)			12	EKO1201	Statistika Ekonomi	3(2-1)P		
6	AKT 1101	Pengantar Akuntansi	3(2-1)P			13	MAN 1203	Dasar-Dasar Manajemen	3(3-0)		
7	AKT 1102	Perpajakan	3(2-1)P			14	MAN 1202	Komunikasi Bisnis	2(2-0)		
			19			15	AKT 1201	Pengantar Akuntansi II	3(2-1)P		
Semester III						Semester IV					
16	EKO 2301	Statistika Ekonomi Lanjutan	3(2-1)P			22	EKO 2401	Teori Ekonomi Makro	3(3-0)		
17	EKO 2302	Teori Ekonomi Mikro	3(3-0)			23	MAN 2401	Ekonometrika	3(2-1)P		
18	MAN 2301	Perilaku organisasi	3(3-0)			24	MAN 2402	Manajemen SDM	4(4-0)		
19	MAN 2302	Manajemen Keuangan	4(3-1)P			25	MAN 2403	E-Business *	3 (2-1)P		
20	MAN 2303	Manajemen Pemasaran	4(4-0)			26	MAN 2404	Ekonomi Kreatif *	3 (2-1)P		
21	AKT 2303	Akuntansi Biaya	3(2-1)P			27	MAN 2405	Manajemen Produksi Operasi	4(3-1)P		
			19			28	MAN 2406	Perekonomian Indonesia	2(2-0)		
Semester V						Semester VI					
30	MAN 3501	Hukum Bisnis	2(2-0)			37	EKO 3601	Metodologi Penelitian Bisnis	3(2-1)D		
31	UNI 3502	Kewirausahaan	3(2-1)P			38	MAN 3601	Etika Bisnis	2(2-0)		
32	MAN 3503	Ekonomi Moneter	3(3-0)			39	MAN 3602	Teori Pengambilan Keputusan	3(3-0)		
33	MAN 3504	Ekonomi Manajerial	3(3-0)			40	MAN 3604	Koperasi	3(3-0)		
34	MAN 3505	Sistem Informasi Manajemen	3(2-1)P			41	AKT 3603	Penganggaran	3(2-1)P		
35	MAN 3506	Manajemen Strategi	3(3-0)			42	AKT 3604	Akuntansi Manajemen	3(2-1)P		
36	MAN 3507	Studi Kelayakan Bisnis	3(3-0)			43	EKO 3602	Kewirausahaan dan Inovasi	3(2-1)P		
			20						20		
Semester VII						Semester VIII					
44	MAN 4701	Aplikasi dan Pengolahan Data Ekonomi	2(1-1)P			68	UNI 4801	KKN	2		
45	UNI 4701	Bahasa Inggris II	2(2-0)			69	EKO 4801	Magang	2		
46	MAN 4702	Kewirausahaan Digital**	3(3-0)			70	EKO 4802	Kolokium	1		
47	MAN 4703	Lembaga Keuangan Mikro **	3(3-0)								
48	MAN 4704	Man Keuangan Internasional ⁽¹⁾	3(3-0)								
49	MAN 4705	Man pemasaran Internasional ⁽²⁾	3(3-0)								
50	MAN 4706	Man SDM Internasional ⁽³⁾	3(3-0)								
51	MAN 4707	Man Logistik dan Distribusi Global ⁽⁴⁾	3(3-0)								
52	MAN 4708	Riset Keuangan ⁽¹⁾	3(2-1)D								
53	MAN 4709	Riset Pemasaran ⁽²⁾	3(2-1)D								
54	MAN 4710	Riset SDM ⁽³⁾	3(2-1)D								
55	MAN 4711	Riset Operasi ⁽⁴⁾	3(2-1)D								
56	MAN 4712	Man Investasi dan Risiko ⁽¹⁾	3(2-1)P								
57	MAN 4713	Pemasaran Strategik ⁽²⁾	3(3-0)								
58	MAN 4714	Man Kompensasi ⁽³⁾	3(3-0)								
59	MAN 4715	Man Mutu dan Produktivitas ⁽⁴⁾	3(3-0)								
60	MAN 4716	Ekonomi dan Keuangan Syariah ⁽¹⁾	3(3-0)								
61	MAN 4717	E-Commerce ⁽²⁾	3(2-1)P								
62	MAN 4718	Manajemen Kinerja ⁽³⁾	3(3-0)								
63	MAN 4719	Manajemen Rantai Pasok ⁽⁴⁾	3(3-0)								
			20						6		

Gambar 3.4 Kurikulum S1 Manajemen Universitas Nusa Bangsa

Sumber : Universitas Nusa Bangsa, (2020)

Berdasarkan silabus dari Universitas Nusa Bangsa, terdapat mata kuliah Kewirausahaan & Inovasi pada Program Studi Manajemen. Maka, Universitas Pakuan telah memenuhi kriteria dari penelitian ini karena Mahasiswa/I nya telah mendapatkan mata kuliah tersebut

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

3.1.3 Universitas Ibn Khaldun



Gambar 3.5 Logo Universitas Ibn Khaldun

Universitas Ibn Khaldun adalah sebuah universitas yang berlokasi di Bogor yang berdiri pada tahun 1961 dengan dibawah naungan Yayasan Pendidikan Islam Ibn Khaldun Bogor. Hingga kini, Universitas Ibn Khaldun memiliki beberapa fakultas hingga kini, yaitu Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Fakultas Hukum, Fakultas Agama Islam, Fakultas Teknik dan Sains, Fakultas Ilmu Kesehatan, dan Sekolah Pascasarjana (Setiawan et al., 2023). Berikut merupakan kurikulum yang digunakan oleh Universitas Ibn Khaldun:

NO	KODE MK	NAMA MATA KULIAH	JENIS MATA KULIAH	BOBOT MATA KULIAH (SKS)				SMT
				TATAP MUKA	PRAKTIKUM	PRAKTEK LAPANGAN	SIMULASI	
26	MKM251	Manajemen Pemasaran	Wajib Program Studi	2	1	-	-	4
27	MKM261	Manajemen Operasional	Wajib Program Studi	2	1	-	-	4
28	MKM281	Manajemen Sumber Daya Manusia	Wajib Program Studi	2	1	-	-	4
29	MKM271	Manajemen Keuangan	Wajib Program Studi	2	1	-	-	4
30	MKM331	Riset Operasi	Wajib Program Studi	3	-	-	-	5
31	MKM314	Studi Kelayakan Bisnis	Wajib Program Studi	3	-	-	-	5
32	MKM391	Kewirausahaan	Wajib Program Studi	2	1	-	-	5
33	MKM323	Perekonomian Indonesia	Wajib Program Studi	3	-	-	-	5
34	MKM332	Teori Pengambilan Keputusan	Wajib Program Studi	3	-	-	-	5
35	MKM375	Manajemen Perbankan	Wajib Program Studi	3	-	-	-	5
36	MKM356	Pengelolaan Hubungan Pelanggan Digital	Pilihan	2	-	-	-	5
37	MKM396	Entrepreneurship	Pilihan	2	-	-	-	5
38	MKM377	Analisis Sektoris dan Portofolio	Pilihan	2	-	-	-	5
39	MKM366	Manajemen Operasional Internasional	Pilihan	2	-	-	-	5
40	MKM315	Strategi Kepemimpinan	Wajib Program Studi	3	-	-	-	6
41	UIK351	Kuliah Kerja Nyata Tematik	Wajib Univ.	-	6	-	-	6
42	MKM282	Manajemen Motivasi	Peminatan	3	-	-	-	6
43	MKM383	Manajemen Kompensasi	Peminatan	3	-	-	-	6

Dalam kuliah ini diberikan bekal kemampuan kecerdasan dasar emosional yang merupakan paduan sinergis antara kemampuan intelektual, teknikal dan kualitas pribadi (kemampuan personal dan sosial). Materi perkuliahan yang berkenaan dengan Sikap mental wirausaha, pandangan hidup wirausaha, mengenal kondisi lapangan usaha, memulai usaha, bentuk dan jenis lembaga usaha, permodalan dan pemasaran. Dalam mata kuliah Wirausaha ini diharapkan mahasiswa memiliki jiwa wirausaha dan semangat wirausaha dan mampu tampil berprestasi, mengembangkan diri dan mampu beradaptasi menghadapi perubahan di masyarakat.

Gambar 3.6 Kurikulum Fakultas Ekonomi Bisnis UIKA
Sumber: Pedoman Akademik Uika, (2018)

Berdasarkan buku pedoman akademik dari Universitas Ibn Khaldun tahun 2018, terdapat mata kuliah Pendidikan Kewirausahaan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang menjadi mata kuliah Wajib Program Studi. Maka, Universitas Ibn Khaldun telah memenuhi kriteria dari penelitian ini karena Mahasiswa/Inya telah mendapatkan mata kuliah tersebut.

3.1.4 Universitas Terbuka Bogor



UNIVERSITAS TERBUKA

Gambar 3.7 Logo Universitas Terbuka

Universitas Terbuka adalah sebuah perguruan tinggi yang berdiri sejak tahun 1984 dengan tujuan mengatasi banyaknya lulusan SLTA yang tidak terserap dengan baik, terutama dalam dunia kerja maupun perguruan tinggi. Terdapat beberapa Fakultas untuk Program Sarjana (S1) di Universitas Terbuka Bogor, yaitu Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Fakultas Ekonomi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan.

No	Mata Kuliah		sks	Waktu Ujian	Bahan Ajar yang Digunakan		Semester dan sks								Ket		
	Kode	Nama			Kode	Nama	1	2	3	4	5	6	7	8			
34	EKMA4476	Audit SDM	2	I.4	EKMA4476	Audit SDM (Edisi 2* atau Edisi 3**)								2			
35	ISIP4216	Metode Penelitian Sosial	3	II.2	ISIP4216	Metode Penelitian Sosial (Edisi 1* atau Edisi 2**)								3			
36	EKMA4371	Manajemen Rantai Pasokan	3	II.3	EKMA4371	Manajemen Rantai Pasokan (Edisi 2* atau Edisi 3**)								3			
37	EKMA4478	Analisis Kasus Bisnis	3	II.4	EKMA4478	Analisis Kasus Bisnis (Edisi 1* atau Edisi 2**)								3			T
38	EKMA4568	Pemasaran Jasa	3	I.2	EKMA4568	Pemasaran Jasa (Edisi 2* atau Edisi 3**)									3		T
39	ADBI4211	Manajemen Resiko dan Asuransi	3	I.3	ADBI4211	Manajemen Resiko dan Asuransi (Edisi 2* atau Edisi 3**)									3		
40	EKMA4565	Manajemen Perubahan	2	I.5	EKMA4565	Manajemen Perubahan (Edisi 2* atau Edisi 3**)									2		T
41	EKMA4370	Kewirausahaan	3	II.1	EKMA4370	Kewirausahaan (Edisi 1* atau Edisi 2**)									3		
42	EKMA4475	Pemasaran Strategik	3	II.4	EKMA4475	Pemasaran Strategik (Edisi 2* atau Edisi 3**)									3		WT, T
43	EKMA4500	Tugas Akhir Program (TAP)**	4	0.2	-	-									4		E
44	EKMA4560	Karya Ilmiah	0	99	MKWI4560	Panduan Mata Kuliah Karya Ilmiah Program Sarjana dan Diploma IV									0		Bw
45	EKMA4570	Penganggaran	3	I.1	EKMA4570	Penganggaran (Edisi 2* atau Edisi 3**)										3	WT, T
46	EKMA4263	Manajemen Kinerja	3	I.2	EKMA4263	Manajemen Kinerja (Edisi 2)										3	

'Gambar 3 8 Kurikulum S1 Manajemen Universitas Terbuka

Sumber : Universitas Terbuka, (2020)

Berdasarkan layanan belajar untuk S1 Manajemen dari Universitas Terbuka, terdapat mata kuliah kewirausahaan yang dapat diikuti oleh Mahasiswa/I. Maka, Universitas Terbuka Bogor telah memenuhi kriteria dari penelitian ini karena Mahasiswa/I nya telah mendapatkan mata kuliah tersebut. (Universitas Terbuka Bogor, 2023)

3.1.5 Mahasiswa

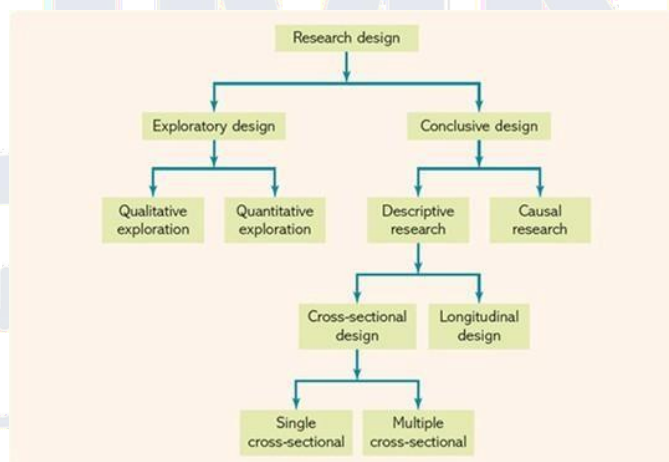
Menurut Sarwono (1978) dalam (Afnan, 2019), Mahasiswa adalah individu yang sedang menempuh pendidikan di sebuah perguruan tinggi. Umumnya, batas umum individu yang masih dapat dikatakan sebagai mahasiswa adalah 18-30 tahun. Menurut Cahyono (2019), Mahasiswa memiliki ide dan pemikiran kreatif yang mampu merubah perspektif yang berkembang dalam suatu lapisan masyarakat dan menjadikannya terarah sesuai kepentingan bersama. Mahasiswa juga memiliki sikap yang kritis untuk membuat sebuah perubahan besar karena semangatnya yang juga masih membara. Menurut Jannah & Sulianti (2021), Mahasiswa merupakan elemen penting bagi masyarakat dan diharapkan memiliki idealisme yang tinggi untuk membawa sebuah perubahan bagi sebuah Negara.

Berdasarkan pemaparan diatas, maka responden yang dipilih oleh peneliti adalah seorang Mahasiswa/I, dikarenakan Mahasiswa memiliki ide-ide kreatif yang dapat berguna untuk membuat sebuah perubahan. Selain itu, responden dalam penelitian ini juga merupakan Mahasiswa/I yang berasal dari beberapa universitas yang ada di Kota Bogor, seperti Universitas Pakuan, Universitas Nusa Bangsa, Universitas Ibn Khaldunm dan Universitas Terbuka Bogor yang belum memiliki bisnis, namun tertarik untuk berbisnis, telah mendapatkan pelajaran pendidikan kewirausahaan, dan memiliki keluarga atau kerabat yang mempunyai usaha atau bisnis. Hal tersebut dikarenakan penulis ingin mengetahui apakah faktor-faktor seperti *Subjective Norms*, *Perceived Behavioral Control*, *Self Efficacy*, dan *Entrepreneurship Education* mempengaruhi Mahasiswa/I dalam memulai bisnis.

3.1 Desain Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian

Desain penelitian adalah sebuah kerangka kerja atau rencana untuk melakukan suatu proyek mengenai riset pemasaran. Tujuan dari desain penelitian adalah memaparkan metode yang diperlukan untuk mendapatkan informasi dengan tujuan memecahkan masalah riset pemasaran (Nunan et al.,2020).



Gambar 3.9 Desain Penelitian
Sumber : Nunan et al.,(2020)

Menurut Nunan et al. (2020), desain penelitian meletakkan dasar untuk melaksanakan proyek. Desain penelitian dikatakan baik apabila dapat memastikan bahwa proyek riset pemasaran dilakukan secara efektif dan efisien. Desain penelitian, biasanya menyertakan komponen tugas yang setiap bab nya dibahas dengan rinci. Terdapat dua jenis penelitian, yaitu :

3.2.1.1 *Exploratory Research Design*

Penelitian eksploratif memiliki tujuan untuk memberikan wawasan mengenai suatu fenomena. Dalam penelitian eksploratif ini, memungkinkan bahwa penyelidikan terus berubah seiring dengan ditemukannya wawasan baru. Biasanya pendekatan ini belum banyak diteliti oleh para peneliti, maka perlu dieksplorasi lebih dalam. Maka, kreativitas dan keahlian peneliti memiliki peran yang besar dalam penelitian eksploratif. Penelitian ini bercirikan keserbagunaan yang berkaitan dengan cara atau metode dan fleksibilitas. Dan biasanya, pendekatan pada perancangan terhadap fenomena menggunakan metode wawancara, studi kasus, dan observasi untuk mengumpulkan data dan informasi (Nunan et al.,2020).

3.2.1.2 *Conclusive Research Design*

Penelitian konklusif bertujuan untuk mendeskripsikan fenomena, menguji hipotesis, dan menguji hubungan yang semuanya dilakukan dengan spesifik. Maka, penelitian ini mewajibkan informasi yang dibutuhkan dapat lebih rinci. Biasanya, ciri dari penelitian ini adalah formal dan terstruktur dibandingkan penelitian eksploratif. Hal tersebut dikarenakan sampel yang digunakan representative, dan data yang dimiliki akan dianalisa dengan cara kuantitatif (Nunan et al.,2020).

1. *Descriptive Research*

Menurut Nunan et al. (2020), penelitian deskriptif memiliki tujuan untuk memberikan penjelasan dan gambaran tentang karakteristik atau cara kerja pasar. Topik dan hipotesis yang memandu rumusan dalam penelitian ini dilakukan melalui berbagai metode. Dengan demikian, data yang diperlukan telah terdefinisi dengan baik dan jelas, sehingga lebih terencana dan terstruktur. Penelitian deskriptif terbagi menjadi dua, yaitu:

a. *Cross-sectional Designs*

Cross-sectional designs merupakan desain yang memungkinkan informasi diperoleh dari sampel populasi relevan yang hanya tersedia sesekali melalui survei. Bentuk dari desain ini dapat berupa *single cross-sectional* atau *multiple cross-sectional*. Dalam desain *single cross-sectional*, sampel peserta yang diambil dari target populasi yaitu hanya satu sampel dan informasi yang didapat dari sampel ini hanya sekali, sedangkan pada *multiple cross-sectional*, sampel peserta yang diambil yaitu dua atau lebih, dan hanya diperoleh satu kali informasi dari setiap sampel. Dengan pengambilan sampel acak, data yang digunakan dalam penelitian ini dapat berupa kualitatif dan kuantitatif (Nunan et al., 2020).

b. *Longitudinal Designs*

Longitudinal designs merupakan sebuah desain penelitian sampel yang diukur berulang kali atau tetap (*fixed sample*). Sampel atau sampel tetap (*fixed sample*) tetap sama, atau dapat dikatakan orang yang sama dipelajari dari waktu ke waktu. *Longitudinal designs* biasanya memberikan serangkaian gambar yang

memberikan pandangan mendalam tentang situasi dan perubahan yang terjadi setiap waktu (Nunan et al.,2020).

2. Causal Research

Penelitian kausal digunakan untuk mendapatkan fakta atau bukti bahwa adanya hubungan sebab-akibat (kausal). *Marketing manager* seringkali membuat keputusan berdasarkan asumsi hubungan sebab akibat (kausal). Asumsi tersebut mungkin tidak dapat dibenarkan, maka untuk memvalidasi hubungan tersebut, perlu diperiksa melalui penelitian yang terstruktur dan formal dengan metode penelitian pengalaman (Nunan et al.,2020).

Dalam penelitian ini, penulis memutuskan untuk menggunakan *Conclusive research* dengan jenis *descriptive research* yang bertujuan untuk mengukur dan menjabarkan hubungan antara variabel. Kemudian untuk melakukan pengambilan data sampel dari populasi, peneliti menggunakan *cross-sectional design*, khususnya *single cross-sectional* karena pengumpulan data yang diambil dari target populasi yaitu hanya satu kali. Lalu, untuk mengumpulkan data, peneliti melakukan survei yang akan disebarkan kepada responden sesuai dengan objek penelitian. Survei tersebut akan disebarkan secara daring dan luring dengan menggunakan *google forms* dengan skala *likert* 1 sampai dengan 5.

3.2.2 Data Penelitian

Menurut Nunan et al. (2020), terdapat dua sumber data penelitian, yaitu:

a. Primary Data

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari peneliti untuk mengatasi suatu fenomena atau permasalahan tertentu. Pengumpulan data primer membutuhkan biaya yang lebih mahal dan waktu yang lebih

panjang untuk mengumpulkan sekaligus menganalisis data tersebut (Nunan et al.,2020).

b Secondary Data

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari data yang sudah dikumpulkan untuk suatu tujuan diluar permasalahan yang ada. Biasanya, data sekunder didapatkan dari *website*, jurnal, maupun buku sebagai referensi (Nunan et al.,2020).

Dalam penelitian ini, peneliti menyebarkan kuesioner untuk mendapatkan dan mengumpulkan data. Maka, penelitian ini menggunakan data primer. Namun, untuk mendukung penelitian ini, data sekunder juga digunakan oleh peneliti sebagai data pendukung dengan mencari data di *website*, artikel, jurnal ilmiah, buku, dan data.

3.2.3 Metode Penelitian

Menurut Nunan et al. (2020), terdapat 2 jenis metode penelitian untuk menganalisis data, yaitu:

3.2.3.1 Metode Kualitatif

Metode penelitian kualitatif biasanya digunakan untuk menampilkan deskripsi rinci yang tidak mungkin untuk diukur. Metode ini bertujuan untuk membantu peneliti untuk menjelaskan sebuah masalah dengan pendekatan observasi dan interpretasi (Nunan et al.,2020).

3.2.3.2 Metode Kuantitatif

Metode penelitian kuantitatif digunakan untuk menjawab hipotesis atau pertanyaan penelitian tertentu, biasanya terdapat data yang cukup untuk memungkinkan dilakukannya eksplorasi data mengenai hubungan antara pengukuran individu yang akan dilakukan. Selain itu, metode ini digunakan untuk menggambarkan dan memprediksi sebuah fenomena atau masalah yang ada, menguji sebab akibat (kausal) dan hubungan variabel-variabel tertentu (Nunan et al.,2020).

Berdasarkan penjelasan dari metode penelitian diatas, peneliti memutuskan untuk menggunakan metode penelitian kuantitatif. Tujuan menggunakan metode kuantitatif adalah agar hasil yang akan didapat dari penelitian yang dilakukan bersifat lebih nyata dan tidak abstrak, serta kesimpulan yang ditarik berdasarkan hasil yang telah diuji.

3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

3.3.1 Populasi

Menurut Nunan et al. (2020), populasi adalah keseluruhan elemen yang memiliki karakteristik yang sama dan membentuk unsur untuk tujuan masalah riset pemasaran. Parameter ini biasanya berupa angka, contohnya adalah proporsi konsumen yang setia pada suatu merk tertentu. Informasi mengenai parameter dapat dicapai dengan melakukan pengambilan sampel atau melakukan sensus. Dalam penelitian ini, target populasinya adalah Mahasiswa/I yang sedang menempuh pendidikan dari berbagai Universitas di Kota Bogor.

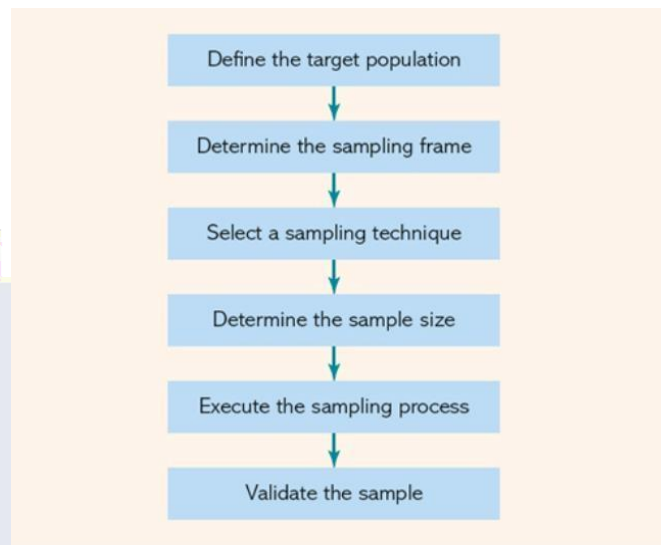
3.3.2 Sampel

Menurut Nunan et al. (2020), sampel dimulai dengan menentukan target populasi atau disebut sebagai elemen populasi sampel. Pada penelitian ini, sampel yang digunakan adalah Mahasiswa/I di Kota Bogor.

3.3.2.1 *Sampling Design Process*

Menurut Nunan et al. (2020), *sampling design process* mencakup enam langkah yang saling terkait dan relevan dengan semua dimensi penelitian.

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



Gambar 3.10 Sampling Design Process
Sumber : Nunan et al.,(2020)

Berikut merupakan keenam tahapan dalam *Sampling Design Process*, yaitu:

1. *Define the Target Population*

Target population merupakan serangkaian elemen atau objek yang berisikan informasi yang diperlukan untuk menguraikan ikhtisar yang perlu dijelaskan. Pada penelitian ini, target populasinya adalah Mahasiswa/I yang sedang menempuh pendidikan di berbagai Universitas di Kota Bogor (Nunan et al.,2020).

2. *Determine the Sampling Frame*

Kerangka sampel (*sampling frame*) adalah sebuah representasi dari seluruh elemen yang ada pada target populasi. *Sampling frame* terdiri dari daftar atau sekumpulan arahan untuk mengidentifikasi target populasi. Penelitian yang dilakukan ini tidak memakai *sampling frame* (Nunan et al.,2020).

3. *Select a Sampling Technique*

Pemilihan Teknik dalam pengambilan sampel melibatkan banyak keputusan. *Sampling technique* sendiri diklasifikasikan menjadi dua, yaitu

non-probabilitas dan probabilitas. *Probability sampling* dilakukan dengan terlebih dahulu mengidentifikasi setiap sampel yang memiliki potensi, pengambilan sampel probabilitas melibatkan pemilihan sampel secara acak. Tidak semua sampel yang mungkin mempunyai probabilitas yang sama. *Non-probability sampling* adalah pengambilan sampel yang dimana peneliti dengan sadar dapat memutuskan sampel mana yang akan dimasukkan kedalam sampel dengan berlandaskan pada penilaian pribadi peneliti (Nunan et al.,2020). Pada umumnya, terdapat empat pengambilan sampel non-probabilitas, yaitu:

- *Convenience sampling*

Convenience sampling adalah pengumpulan sampel yang dilakukan berdasarkan kenyamanan peneliti untuk menyesuaikan sampel. Dalam *convenience sampling*, biasanya peserta dipilih karena berada di tempat dan waktu yang sama (Nunan et al.,2020).

- *Judgemental sampling*

Judgemental sampling adalah salah satu bentuk *convenience sampling*, yang melibatkan pemilihan anggota populasi tergantung pada preferensi peneliti. Dalam melakukan penilaian, peneliti memilih berbagai elemen yang akan dimasukkan kedalam sampel karena yakin dapat mewakili populasi yang diteliti secara akurat (Nunan et al.,2020).

- *Quota sampling*

Quota sampling adalah pengumpulan sampel yang terdiri dari dua tahap. Membuat karakteristik dan menentukan komponen kuota berbasis populasi, seperti usia dan gender adalah tahap pertama. Kemudian, elemen sampel yang dipilih berdasarkan penilaian dan kenyamanan adalah tahap kedua (Nunan et al.,2020).

- *Snowball sampling*

Snowball sampling adalah pengambilan sampel yang dipilih secara acak. Lalu, responden berikutnya dipilih berdasarkan referensi/rekomendasi dari responden yang diwawancarai sebelumnya (Nunan et al.,2020).

Dari berbagai metode pengambilan sampel yang tertera, maka metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability*, dimana hanya beberapa responden saja yang dipilih oleh peneliti untuk dijadikan sampel, sesuai dengan penilaian pribadi peneliti, dan menggunakan pengambilan sampel *judgmental sampling* agar berhasil memperoleh sampel akan digunakan untuk penelitian ini, yaitu:

- a. Mahasiswa/I dari berbagai Universitas di Kota Bogor yang telah mendapat pendidikan kewirausahaan di kampus.
- b. Mahasiswa/I yang belum memiliki bisnis atau usaha
- c. Mahasiswa/I yang memiliki keluarga atau kerabat yang memiliki bisnis

3.3.2.2 Sample Size

Sample size mengaju pada kuantitas elemen yang akan dimasukkan dalam penelitian. Dalam memilih ukuran sampel, perlu melibatkan beberapa pertimbangan dari segi kualitatif dan kuantitatif, seperti keputusan, sifat penelitian, jumlah variabel, sifat analisisnya, ukuran sampel yang digunakan dalam penelitian yang sejenis, tingkat kejadian, tingkat penyelesaian, dan hambatan sumber daya (Nunan et al.,2020). Menurut buku yang dirancang oleh Hair et al.,(2019), mengatakan bahwa jumlah pertanyaan untuk kuesioner adalah memakai rumus $(n \times 5)$ atau dikali lima untuk memperoleh data secara maksimal. Dalam penelitian ini, kuesioner yang disebarakan memiliki jumlah pertanyaan sebanyak 23 yang digunakan untuk mengukur 5 variabel. Maka, jumlah responden yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah sebesar 115 responden.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Nunan et al. (2020), terdapat 2 metode dalam pengumpulan data, yaitu:

1. *Observation Research*

Observation Research atau Metode Observasi merupakan cara pengumpulan sebuah informasi dengan melakukan pengamatan agar mendapatkan informasi yang rinci mengenai responden. Pengamatan yang dilakukan menyertakan perilaku seseorang, objek, dan peristiwa dengan sistematis (Nunan et al.,2020).

2. *Survey Research*

Survey Research atau Metode Survei merupakan cara pengumpulan sebuah informasi dengan menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada target yang telah ditetapkan, Kuesioner yang akan disebarakan berisi beberapa pertanyaan mengenai demografi, perilaku, niat, dan motivasi dengan berbentuk lisan maupun tertulis (Nunan et al.,2020).

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan *survey research* sebagai Teknik pengumpulan data. Hal tersebut dikarenakan penulis menyebarkan kuesioner dalam bentuk *google form*, yang kemudian disebarakan kepada target yang telah ditentukan.

3.5 Prosedur Penelitian

3.5.1 Periode Penelitian

Penelitian ini dimulai dari bulan September tahun 2023, yang dimulai dengan melakukan riset mengenai fenomena dan gap yang sedang terjadi, mencari jurnal utama yang relevan dengan topik yang dibahas, menentukan beberapa rumusan masalah, serta melanjutkan bab 2 dan 3 pada penelitian. Kemudian, peneliti juga menyebarkan pertanyaan berupa kuesioner untuk mendapatkan data, yang kemudian diolah dan diuji untuk mendapatkan hasil yang valid. Periode penelitian ini berlangsung sampai bulan Desember tahun 2023, maka pengerjaan penelitian ini adalah sekitar 4 bulan.

3.5.2 Prosedur Penelitian

Berikut merupakan prosedur dalam menyusun penelitian ini, yaitu:

1. Mencari permasalahan atau gap yang terjadi untuk dijadikan topik pada penelitian ini
2. Mencari jurnal utama yang sesuai dengan topik penelitian untuk dijadikan acuan dalam proses penyusunan penelitian ini
3. Mengembangkan *framework* dari penelitian sebelumnya, kemudian membuat tujuan, hipotesis dari variabel, dan *sampling design* yang akan digunakan pada penelitian ini.
4. Membuat pertanyaan berupa kuesioner dengan *screening question* agar lebih terfokus dengan target yang ingin didapat, sehingga sesuai dengan karakteristik atau profil yang dibutuhkan untuk penelitian ini dengan menggunakan skala likert 5, yaitu penilaian dengan poin antara 1 sampai 5, dari sangat negative hingga sangat positif.
5. Melakukan penyebaran kuesioner secara daring dan luring, dan melakukan olah data *pre test* sebanyak 40 responden dengan *Software IBM SPSS versi 26*
6. Ketika olah data *pre test* mendapatkan hasil yang valid dan reliable, maka langkah selanjutnya adalah melakukan olah data *main test* dengan mengumpulkan data sebanyak 115 responden.
7. Pengolahan data secara keseluruhan menggunakan *Software IBM SPSS versi 26*.

3.6 Variabel Penelitian

3.5.1 *Dependent Variable*

Menurut Nunan et al. (2020), *Dependent variables*/variabel terikat adalah variabel yang bergantung pada nilai variabel lain.

Dalam penelitian ini, variabel dependen yang dipakai adalah *Entrepreneurial Intention*, dimana variabel ini adalah variabel utama yang akan diuraikan dan diprediksi dalam penelitian ini.

3.5.2 *Independent Variable*

Menurut Nunan et al. (2020), *Independent variables*/variabel bebas adalah variabel yang nilainya mempengaruhi nilai variabel lain. Dalam penelitian ini, variabel independent yang dipakai adalah *Subjective Norms*, *Perceived Behavioral Control*, *Self-Efficacy*, dan *Entrepreneurship Education* yang akan mempengaruhi variabel dependen.

3.6 Operasionalisasi Variabel

Tabel 3.1 Tabel Operasionalisasi Variabel

No.	Variabel	Definisi Operasional	Kode	Sumber	Pertanyaan Kuesioner	Teknik Pengukuran
1.	<i>Subjective Norms</i>	(Palmer et al.,2021), <i>Subjective Norms</i> terdiri dari ekspektasi yang dirasakan oleh individu atas referensi sosial, seperti orang tua, kerabat, atau siswa mengenai apakah individu perlu melakukan dan terlibat dalam perilaku kewirausahaan	SN 1	(Costa et al.,2020)	Saya percaya keluarga terdekat saya berpikir bahwa saya harus berkarir menjadi wirausaha	5-Likert Scale
			SN 2	(Costa et al.,2022)	Saya percaya bahwa teman-teman terdekat saya mendorong saya untuk menjadi wirausaha	
			SN 3	(Costa et al.,2022)	Saya percaya bahwa rekan kerja atau rekan belajar mendorong saya untuk menjadi wirausaha	
2.	<i>Perceived Behavioral Control</i>	(Jing et al.,2019), <i>Perceived Behavioral Control</i> mengacu pada kemudahan atau kesulitan yang dirasakan individu dalam melakukan perilaku tertentu. Seorang individu mengantisipasi lebih sedikit hambatan	PCB 1	(Costa et al.,2022)	Saya memiliki peluang yang tinggi untuk berhasil, jika saya memiliki bisnis	5-Likert Scale
			PCB 2	(Costa et al.,2022)	Saya memiliki pengetahuan dan keterampilan yang cukup untuk memulai bisnis	
			PCB 3	(Costa et al.,2022)	Saya mampu mengembangkan dan mengelola bisnis kewirausahaan	

No.	Variabel	Definisi Operasional	Kode	Sumber	Pertanyaan Kuesioner	Teknik Pengukuran
		dan merasa lebih bisa mengendalikan perilaku mereka ketika mereka merasa memiliki sumber daya dan peluang yang lebih besar.	PCB 4	(Costa et al.,2022)	Saya menyadari dukungan / bantuan yang saya butuhkan untuk memulai bisnis	
	PCB 5		(Phong et al.,2020)	Jika saya mau, saya dapat dengan mudah menjadi wirausaha		
	PCB 6		(Phong et al.,2020)	Sebagai seorang wirausaha, saya akan memiliki control yang cukup atas bisnis saya		
3.	<i>Self-Efficacy</i>	Utara & Sukidjo (2020) dalam (Suyati & Rozikin, 2021) , mengatakan bahwa <i>self efficacy</i> merupakan rasa percaya diri yang dimiliki oleh seseorang, yakni kemampuan dalam memiliki jiwa kepemimpinan untuk mengelola bisnis	SE 1	(Costa et al.,2022)	Saya yakin bahwa saya dapat menangani hal yang tak terduga secara efektif	<i>5-Likert Scale</i>
	SE 2		(Costa et al.,2022)	Saya selalu dapat memecahkan masalah yang sulit jika saya berusaha keras		
	SE 3		(Costa et al.,2022)	Ketika saya dalam masalah, saya biasanya dapat memikirkan solusinya		
	SE 4		(Costa et al.,2022)	Saya memiliki kemampuan untuk mengatasi apapun yang menghalangi saya		
	SE 5		(Xianyu et al.,2019)	Saya dapat menulis rencana bisnis yang jelas dan lengkap		
4.	<i>Entrepreneurship Education</i>	(Cui et al.,2021), <i>Entrepreneurship Education</i> memiliki pengaruh dalam	EE 1	(Costa et al.,2022)	Mata kuliah yang diajarkan di kampus meningkatkan kapasitas dalam mengembangkan ide	<i>5-Likert Scale</i>

No.	Variabel	Definisi Operasional	Kode	Sumber	Pertanyaan Kuesioner	Teknik Pengukuran
		dan merasa lebih bisa mengendalikan perilaku mereka ketika mereka merasa memiliki sumber daya dan peluang yang lebih besar.	PCB 4	(Costa et al.,2022)	Saya menyadari dukungan / bantuan yang saya butuhkan untuk memulai bisnis	
	PCB 5		(Phong et al.,2020)	Jika saya mau, saya dapat dengan mudah menjadi wirausaha		
	PCB 6		(Phong et al.,2020)	Sebagai seorang wirausaha, saya akan memiliki control yang cukup atas bisnis saya		
3.	<i>Self-Efficacy</i>	Utara & Sukidjo (2020) dalam (Suyati & Rozikin, 2021) , mengatakan bahwa <i>self efficacy</i> merupakan rasa percaya diri yang dimiliki oleh seseorang, yakni kemampuan dalam memiliki jiwa kepemimpinan untuk mengelola bisnis	SE 1	(Costa et al.,2022)	Saya yakin bahwa saya dapat menangani hal yang tak terduga secara efektif	5-Likert Scale
		SE 2	(Costa et al.,2022)	Saya selalu dapat memecahkan masalah yang sulit jika saya berusaha keras		
		SE 3	(Costa et al.,2022)	Ketika saya dalam masalah, saya biasanya dapat memikirkan solusinya		
		SE 4	(Costa et al.,2022)	Saya memiliki kemampuan untuk mengatasi apapun yang menghalangi saya		
		SE 5	(Xianyu et al.,2019)	Saya dapat menulis rencana bisnis yang jelas dan lengkap		
		EE 2	(Costa et al.,2022)	Tema-tema yang diajarkan di kampus meningkatkan pemahaman saya tentang dimensi keuangan dalam proyek kewirausahaan		
		EE 3	(Costa et al.,2022)	Tema-tema yang terkait dan diajarkan di kampus		
		membentuk sebuah inspirasi, karena secara teoritis, <i>entrepreneurship education</i> diperlukan untuk memicu akademis yang bertujuan untuk mendorong siswa agar				

No.	Variabel	Definisi Operasional	Kode	Sumber	Pertanyaan Kuesioner	Teknik Pengukuran
		terinspirasi dan terdorong untuk menjadi seorang wirausaha.			meningkatkan keterampilan saya dalam menghadapi resiko ketidakpastian	
			EE 4	(Costa et al.,2022)	Topik-topik yang berhubungan dengan kewirausahaan yang diajarkan di kampus meningkatkan pemahaman saya tentang etika kewirausahaan	
5.	<i>Entrepreneurial Intention</i>	(Anjum et al.,2020) <i>Entrepreneurial Intention</i> adalah proses dalam mencari pengetahuan yang dapat digunakan untuk mencapai dorongan bisnis. Hal tersebut dikarenakan orang yang ingin mendirikan perusahaan dan yang tidak memiliki keinginan untuk mendirikan bisnis baru memiliki karakter dan perilaku yang berbeda	EI 1	(Costa et al.,2022)	Saya lebih suka menjadi seorang <i>entrepreneur</i> dibandingkan menjadi <i>manager</i>	5-Likert Scale
			EI 2	(Costa et al.,2022)	Saya ingin memiliki kebebasan untuk mengembangkan bisnis saya sendiri	
			EI 3	(Costa et al.,2022)	Saya ingin memberikan dampak besar pada masyarakat dengan keterampilan wirausaha yang saya miliki	
			EI 4	(Xianyue Liu et al.,2019)	Saya tetap memilih untuk menjadi <i>entrepreneur</i> , walaupun memulai bisnis membutuhkan modal yang besar	
			EI 5	(Xianyue Liu et al.,2019)	Saya akan memulai bisnis saya sendiri di masa depan	

Sumber : Data Peneliti, (2023)

3.7 Teknik Analisis Data

3.7.1 Uji *Pre-Test*

Menurut Nunan et al. (2020), uji *pre-test* dilakukan untuk mengolah hasil data kuesioner yang dilakukan dari sampel yang kecil terlebih dahulu, dengan tujuan untuk mengetahui apakah pada kuesioner yang disebarakan terdapat kesalahan sebelum disebarakan ke sampel yang lebih besar. Dalam penelitian ini, sampel yang digunakan peneliti untuk uji *pre- test* adalah sebanyak 40 responden, dimana pengukuran yang digunakan adalah uji validitas dan uji reliabilitas.

3.7.1 Uji Validitas

Menurut Malhotra (2020) Validitas adalah sejauh mana sebuah pengujian mengidentifikasi karakteristik yang terdapat dalam sebuah fenomena yang diteliti. Selain itu, Sekaran & Bougie (2016), juga mengatakan bahwa validitas adalah sebuah uji yang mengukur instrumen untuk mengetahui valid atau tidak, instrumen layak untuk mengukur sebuah variabel apabila dinyatakan valid. Uji validitas indikator dari setiap variabel dalam penelitian ini adalah menggunakan IBM SPSS versi 26 dengan menguji beberapa nilai dengan berbagai ketentuan seperti dibawah ini:

Tabel 3.2 Pengukuran Uji Validitas

No	Ukuran Validitas	Definisi	Ketentuan
1.	<i>Kaiser-Meyer-Oklin (KMO) Measure of Sampling</i>	KMO merupakan indeks pengukuran sampling cukup serta membandingkan nilai koefisien korelasi antar variabel	Ketika nilai KMO > 0.5, maka dinyatakan VALID
2.	<i>Bartlett's Test of Sphericity</i>	Uji statistik untuk mengidentifikasi variabel	Ketika Sig. <i>Bartlett's</i> <0.05

No	Ukuran Validitas	Definisi	Ketentuan
		tidak saling berkorelasi dengan populasi	instrumen valid dan dapat melanjutkan analisis
3.	<i>Anti Image Correlation Matrix</i>	Sebuah uji yang digunakan untuk mengetahui hubungan antar variabel independen	Ketika nilai <i>Measure of Sampling Adequacy (MSA)</i> >0.5, maka dinyatakan VALID
4.	<i>Factor Loading of Component Matrix</i>	Untuk mengetahui adanya korelasi antar variabel dengan faktor-faktor lainnya yang akan diuji	Ketika nilai <i>Component Matrix</i> >0.5, maka dinyatakan VALID

Sumber : (Hair et al.,2019)

3.7.2 Uji Reliabilitas

Menurut Malhotra (2020), Uji reliabilitas adalah seberapa konsisten suatu skala pengukuran untuk dapat memberikan hasil apabila digunakan berulang kali. Menurut Sekaran & Bougie (2016), mengatakan bahwa uji reliabilitas adalah suatu pengukuran yang menunjukkan sejauh mana pengukuran tersebut bebas dari bias (bebas kesalahan) dan akan selalu konsisten. Dalam penelitian ini, uji reliabilitas akan diukur menggunakan *Cronbach's Alpha* dengan menggunakan IBM SPSS versi 26 dengan dikatakan *reliable* jika menunjukkan hasil > 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 Analisis Data Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan hipotesis untuk diuji dengan tujuan mengetahui korelasi dari variabel independent terhadap variabel dependen, dengan data jumlah data yang dibutuhkan sebesar 115 responden yang telah dilakukan *screening question* agar dapat terfokus dengan target penelitian. Berikut analisis data penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini:

3.8.1 Uji Asumsi Klasik

Menurut Ghozali (2018), Persamaan regresi memerlukan tambahan dalam menguji apakah data yang digunakan telah memenuhi syarat asumsi klasik, yaitu terdistribusi data normal, dimana tidak menunjukkan bahwa adanya gejala multikolinearitas, dan tidak menunjukkan gejala heteroskedastisitas. Uji asumsi klasik dilakukan untuk memastikan bahwa persamaan regresi yang dihasilkan dapat memberikan estimasi yang akurat. Berikut merupakan beberapa akurasi yang perlu dilakukan uji asumsi klasik dari suatu model, yaitu:

3.8.1.1 Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018). Uji normalitas berfungsi untuk mendapatkan informasi mengenai apakah sebuah variabel residual telah terdistribusi normal. Dalam melakukan uji normalitas, terdapat 3 model regresi untuk melihat hasil dari pengujian, yaitu uji *kolmogrov-smirnov* yang dengan syarat nilai signifikan >0.05 , kemudian Histogram dengan syarat grafik membentuk lonceng atau *bell-curve*, dan Normal *P-p plot of regression standardized residual* dengan syarat mendekati garis diagonal. Jika syarat dari masing-masing uji telah terpenuhi, maka dapat dinyatakan nilai residual terdistribusi normal.

3.8.1.2 Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2018), uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi antara variabel

independen. Dalam uji multikolinearitas, penelitian dapat dikatakan baik ketika terbukti bahwa variabel independen tidak menunjukkan korelasi. Syarat atau ketentuan untuk mengambil keputusan dalam uji ini yang menampilkan terdeteksi maupun tidak pada persamaan regresi yaitu ketika nilai VIF (*variance inflation factor*) >10 dan *tolerance* <0.10 menunjukkan bahwa terjadi gejala multikolinearitas. Maka, jika sebaliknya berarti tidak menunjukkan gejala multikolinearitas.

3.8.1.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018), Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengukur model regresi yang dipakai dalam sebuah penelitian, apakah termasuk heteroskedastisitas atau homoskedastisitas, dimana untuk mengetahui bahwa terjadi heteroskedastisitas adalah melihat *scatterplot* dengan syarat titik tidak menyebar dan tidak tersusun menjadi sebuah pola, serta dibawah dan diatas angka 0 pada sumbu y.

3.9 Uji Hipotesis

Menurut Ghozali (2018), Regresi berganda adalah sebuah alat untuk menganalisis apakah terdapat hubungan antara variabel dependen terhadap variabel independen dengan cara diuji. Pengukuran kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih dalam penelitian ini diperlukan untuk menunjukkan arah hubungan antara variabel independen dan dependen.

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + c$$

Keterangan :

Y = *Entrepreneurial Intention*

X1 = *Subjective Norms*

X2 = *Perceived Behavioral Control*

$X_3 = \text{Self-Efficacy}$

$X_4 = \text{Entrepreneurial Education}$

$a = \text{Konstanta}$

$B = \text{Koefisien dan Regresi Linear}$

$e = \text{Error / Residual}$

1. Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2018), Uji koefisien digunakan untuk mengukur sejauh mana model mampu merepresentasikan variasi dari variabel dependen. Ketika koefisien memperoleh nilai yang kecil, seperti mendekati nol atau satu, maka hal tersebut mengindikasikan keterbatasan kemampuan variabel independent dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Sebaliknya, ketika nilai R^2 mendekati satu, variabel independen dinyatakan secara penuh informasi yang dibutuhkan dalam mengukur variasi dari variabel dependen.

2. Uji F (Uji Signifikansi Simultan)

Menurut Ghozali (2018), Uji F berfungsi untuk mengetahui pengaruh simultan setiap variabel independent ataupun bersamaan dengan variabel dependen. Uji F juga dapat digunakan untuk mengetahui akurasi dari suatu model regresi dalam menguraikan variabel dependen. Berikut merupakan syarat yang perlu dipenuhi dalam uji F, yaitu:

- Dinyatakan hipotesis ditolak, ketika $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$ dan nilai $\text{sig } F \text{ hitung} > 0.05$
- Dinyatakan hipotesis diterima, ketika $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$ dan nilai $\text{sig } F \text{ hitung} < 0.05$

3. Uji T (Uji Signifikansi Parameter Individual)

Menurut Ghozali (2018), Uji T berfungsi untuk dapat menunjukkan seberapa jauh pengaruh dari variabel independen secara masing-masing untuk dapat menguraikan variasi dari variabel dependen. Berikut merupakan beberapa syarat yang perlu dipenuhi dalam uji T, yaitu:

- Dinyatakan hipotesis ditolak, ketika $T_{hitung} < T_{tabel}$ dan nilai sig. $T_{hitung} > 0.05$
- Dinyatakan hipotesis diterima, ketika $T_{hitung} > T_{tabel}$ dan nilai sig $T_{hitung} < 0.05$

