

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

##### 3.1.1 Universitas Prasetiya Mulya (PrasMul)

Universitas Prasetiya Mulya merupakan institusi pendidikan tinggi terkenal di Indonesia, terutama di bidang bisnis dan kewirausahaan. Universitas Prasetiya Mulya didirikan oleh sekelompok pemimpin bisnis ternama dengan tujuan menjadi pusat pendidikan bagi profesional, pengusaha, dan peneliti yang berkualitas. Universitas ini telah membangun reputasinya sebagai lembaga pendidikan yang sangat dihormati dalam pengembangan program MBA sejak tahun 1982.

Universitas Prasetiya Mulya memiliki program S1 Bisnis yang merupakan bagian dari Program Studi *Business Management* dengan tujuan utamanya untuk melatih dan menghasilkan *entrepreneur* terdidik. Dalam program ini, mahasiswa diberikan kesempatan untuk menerapkan teori-teori yang dipelajari ke dalam proyek bisnis nyata. Melalui metode ini, mahasiswa tidak hanya melatih keterampilan bisnis tetapi juga menumbuhkan karakter wirausaha. Program ini dirancang untuk menjadikan mahasiswa sebagai generasi muda yang mampu membuat konsep bisnis kreatif yang tidak hanya menguntungkan tetapi juga menawarkan solusi untuk masalah sosial dan lingkungan. Selain itu, Universitas Prasetiya Mulya memiliki Inkubator Bisnis yang akan memfasilitasi mahasiswa seperti *mentorship*, ruang kerja bersama, dan pelatihan yang membantu mahasiswa untuk memulai bisnis mereka (Universitas Prasetiya Mulya, 2023).

##### 3.1.2 Universitas Pradita

Universitas Pradita hadir dengan bantuan kemitraan bisnis Summarecon dan jaringan korporasi lintas industri. Universitas Pradita berkomitmen untuk menyediakan pendidikan yang menggabungkan teori

yang kuat dengan keterampilan praktis yang sesuai dengan kebutuhan industri dengan tujuan menciptakan mahasiswa yang siap untuk bekerja, berkarya, dan memberikan nilai tambah dalam industri yang kompetitif.

Universitas Pradita mempunyai Program Studi *Business Management* yang memiliki 2 fokus studi *digital business* dan *township business* yang bertujuan untuk menghasilkan *entrepreneur* yang ahli dalam bidang manajemen bisnis *digital* dan pengembangan kawasan. Melalui kolaborasi dengan Summarecon Agung dan mitra bisnisnya, Universitas Pradita memberikan pendidikan yang berfokus pada pengalaman kerja di dunia nyata. Hal ini memberikan mahasiswa kesempatan untuk belajar mengelola berbagai industri termasuk perhotelan, properti, ritel, teknologi, konsultasi, manufaktur, serta berinteraksi langsung dengan para *executive professional* yang telah lama bekerja dalam industri tersebut. Oleh karena itu, mahasiswa tidak hanya mendapatkan pengajaran dari akademisi yang memiliki pengetahuan yang luas, tetapi juga dari praktisi yang sukses dalam dunia bisnis. (Universitas Pradita, 2023).

### **3.1.3 Universitas Bina Nusantara (BINUS)**

Universitas Bina Nusantara atau yang lebih dikenal dengan BINUS merupakan lembaga pendidikan yang berdiri sejak tahun 1974 dan dikenal secara nasional sebagai pusat pendidikan bisnis dengan berfokus pada teknologi informasi dan komunikasi. Untuk mencapai tujuan utamanya dalam pendidikan dan pengembangan, kurikulum dari semua program yang mereka tawarkan terus diperbarui untuk tetap relevan dengan perkembangan industri, baik di tingkat lokal maupun internasional serta menerapkan nilai-nilai SPIRIT yaitu *Striving for Excellence, Perseverance, Integrity, Respect, Innovation, and Teamwork* yang berfungsi sebagai pedoman dalam tindakan dan langkah-langkah universitas dalam menjalankan misi pendidikan dan pengembangan.

*Binus Business School* merupakan bagian dari Universitas Bina Nusantara yang mendapat pengakuan internasional sebagai lembaga

pendidikan bisnis unggulan. Dengan komitmen untuk melakukan penelitian dan pengajaran bisnis yang inovatif, Universitas Bina Nusantara memiliki berbagai program studi yang dapat meningkatkan keinginan mahasiswa untuk menjadi seorang *entrepreneur*. Program studi yang ditawarkan seperti *business management*, *business creation*, *creativepreneurship*, *global business marketing*, *international business*, dan *digital business* telah menerima predikat "Unggul" dari Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi (BAN-PT).

Untuk menghasilkan para profesional yang mampu menggunakan teknologi di era inovasi disruptif untuk menjawab tantangan bisnis global terkini, BINUS terus berinovasi dalam cara mengajar bisnis dan melakukan penelitian. Metode pembelajaran ini akan menumbuhkan kemampuan mahasiswa untuk berpikir kreatif dan menerapkan standar profesionalisme dalam semua kegiatan yang mereka ikuti serta didorong dalam lingkungan akademik ini untuk tidak hanya menguasai teori tetapi juga menggunakan pengetahuan dan keterampilan yang mereka pelajari dalam situasi dunia nyata. Metode ini dimaksudkan untuk menghasilkan lulusan yang tidak hanya memiliki kompetensi akademik tetapi juga siap untuk berhasil dalam berbagai aspek kehidupan pribadi dan profesional. Hal ini menunjukkan komitmen BINUS untuk menyediakan pendidikan bermutu tinggi dan relevan yang membantu siswa mencapai kesuksesan dalam dunia bisnis yang selalu berubah. (Universitas Bina Nusantara, 2023)

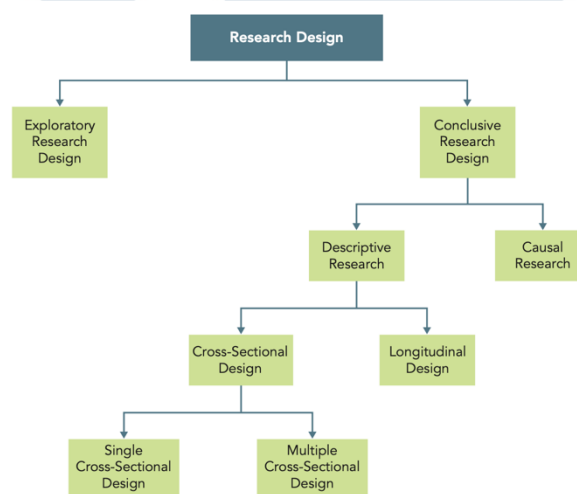
Penelitian ini berfokus pada mahasiswa, terutama yang sedang menempuh pendidikan di wilayah Tangerang pada institusi Bina Nusantara, Pradita, dan Prasetya Mulya. Subjek penelitian ini adalah bagian dari komunitas mahasiswa yang aktif dan memiliki niat berwirausaha yang mendapatkan dukungan dalam pendidikan kewirausahaan, baik formal maupun non-formal. Penulis akan menyebarkan kuesioner kepada orang-orang yang memenuhi kriteria ini

untuk mendapatkan data yang relevan. Untuk memastikan bahwa responden yang memenuhi kriteria penelitian dapat membantu menyebarkan kuesioner kepada orang lain yang sesuai dengan tujuan penelitian, proses pengumpulan data melibatkan partisipasi sukarela dari individu yang terpilih dan dianalisis untuk menjamin validitas dan relevansi hasil penelitian.

### 3.2 Desain Penelitian

(Malhotra, 2020) menyatakan bahwa desain penelitian, merujuk pada kerangka kerja yang digunakan untuk menjalankan proyek penelitian. Agar penelitian ini dapat dilakukan secara sistematis dan teratur, perencanaan dan desain yang baik sangat penting dalam konteks penelitian ini. Menurut Malhotra (2020), dua kategori utama desain penelitian adalah *Exploratory* dan *Conclusive*.

#### 3.2.1 Jenis Penelitian



Gambar 3. 1 Jenis Penelitian

Sumber : Malhotra, 2020

##### 1. *Exploratory Research Design*

Tipe penelitian yang digunakan untuk merumuskan dan menggambarkan masalah dengan lebih tepat, mengidentifikasi langkah-langkah yang diperlukan, dan memperoleh pemahaman

tambahan tentang situasi masalah yang sedang dihadapi oleh peneliti. Desain penelitian eksploratori sering digunakan untuk menangani objek penelitian yang sulit diukur.

## 2. *Conclusive Research Design*

Jenis penelitian yang menghasilkan data yang digunakan untuk mendukung pengambilan keputusan dalam situasi yang sudah ada, dan biasanya melibatkan sampel besar serta analisis kuantitatif. Terdapat dua jenis desain penelitian, yaitu :

### a. *Descriptive Research*

Jenis penelitian yang memeriksa bagaimana karakteristik pasar dan memprediksi hubungan khusus untuk menguji keterkaitannya. Dua jenis penelitian deskriptif adalah cross-sectional (data dikumpulkan hanya sekali dalam suatu periode tertentu) dan longitudinal (perubahan dari waktu ke waktu dengan menggunakan sampel populasi yang tetap yang diukur secara berulang dengan variabel yang sama).

### b. *Causal Research*

jenis penelitian yang mencari hubungan sebab-akibat antara berbagai variabel yang diteliti. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana variabel independen dan variabel dependen berhubungan satu sama lain.

Penelitian ini menerapkan desain penelitian ***Conclusive Research Design*** dengan metode ***Descriptive Research***, bertujuan untuk menguji hipotesis mengenai Pengaruh *Creativity*, *Entrepreneurial Passion*, dan *Entrepreneurial Self-efficacy* terhadap *Entrepreneurial Intention* dan di mediasi oleh *Entrepreneurial Self-efficacy* pada Mahasiswa di Tangerang. Penelitian ini menggunakan pendekatan ***Single Cross-sectional Design***, karena dalam pengambilan data hanya dilakukan satu kali untuk setiap sampel.

Metode pengumpulan data penelitian melalui survei dengan penyebaran kuesioner yang menggunakan skala *Likert* 1-5 untuk setiap indikator pernyataan.

### 3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

#### 3.3.1 Populasi

Malhotra (2020) menyatakan bahwa populasi adalah kelompok orang atau objek yang memiliki karakteristik yang relevan bagi peneliti untuk menghasilkan kesimpulan akhir dari penelitian mereka. Dalam hal ini, populasi target penelitian ini mencakup mahasiswa di wilayah Tangerang. Target populasi memiliki tiga komponen, yaitu:

##### 1) *Sampling Unit*

Objektif penelitian yang memenuhi kriteria sampel dalam penelitian yang dijalani sebagai berikut :

- Mahasiswa yang menjalani pendidikan tinggi di wilayah Tangerang terkhususnya di Universitas Pradita, Bina Nusantara, dan Prasetiya Mulya.
- Mahasiswa yang memiliki niat berwirausaha
- Mahasiswa yang merupakan mahasiswa aktif
- Mahasiswa yang memperoleh pengetahuan tentang entrepreneurship, baik melalui seminar maupun perkuliahan.

##### 2) *Extent*

Aspek yang berkaitan dengan ruang lingkup geografis yang digunakan untuk penelitian. Peneliti hanya melibatkan batas wilayah Tangerang.

##### 3) *Time Frame*

Jumlah waktu yang diperlukan peneliti untuk mengumpulkan data penelitian. Sejak akhir Oktober 2023, peneliti mulai membuat pernyataan pretest dan main test dengan membagikan kuesioner hingga November 2023.

### 3.3.2 Sampel

Menurut Malhotra (2020), ada dua kategori utama metode pengambilan sampel, *probability sampling* dan *non-probability sampling*.

#### 1) *Probability Sampling*

Metode pengambilan sampel acak yang didasarkan pada kebetulan dengan menentukan sampel yang berpotensi, di mana setiap sampel memiliki peluang yang sama untuk dijadikan sampel untuk penelitian.

#### 2) *Non-probability Sampling*

Diambil berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan, peneliti memilih sampel berdasarkan penilaian mereka dan tidak semua sampel memiliki peluang yang sama untuk digunakan dalam penelitian. Selain itu, terdapat empat jenis penelitian menggunakan metode *non-probability sampling*, yaitu:

##### 1) *Convenience Sampling*

Metode pengambilan sampel didasarkan pada kenyamanan peneliti dan penelitian untuk mendapatkan elemen yang sesuai. Responden tidak perlu memenuhi banyak kriteria untuk jenis sampling ini.

##### 2) *Judgemental Sampling*

Metode pengambilan sampel sederhana dimana peneliti menggunakan penilaian mereka untuk memilih bagian populasi untuk sampel. Metode ini mirip dengan *convenience sampling*, tetapi memberi perhatian khusus pada persyaratan yang harus dipenuhi oleh responden yang akan diambil untuk penelitian.

##### 3) *Quota Sampling*

Metode pengambilan sampel ini melibatkan pemilihan sampel berdasarkan karakteristik populasi yang sesuai dengan tujuan penelitian. Pengembangan dan kuota karakteristik tertentu termasuk dalam tahap pertama proses pengambilan sampel, tahap kedua yang melibatkan penggunaan metode pengambilan sampel *judgmental* atau *convenience*.

#### 4) *Snowball Sampling*

Metode pengambilan sampel ini dipilih secara acak, tetapi dengan mempertimbangkan komponen penelitian. Responden yang relevan dengan penelitian dipilih sebagai sampel.

Berdasarkan jenis sample diatas, peneliti menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan metode *Snowball sampling*. Hal ini dikarenakan peneliti memilih responden yang memiliki karakteristik yang relevan dengan topik penelitian berdasarkan beberapa kriteria. Data yang diterima tidak akan digunakan jika responden di luar kriteria yang sudah ditentukan. Maka dari itu, responden yang sudah sesuai dengan kriteria dapat membagikan survei kepada responden lain yang sesuai dengan kriteria. Berikut adalah kriteria yang digunakan oleh peneliti untuk memilih responden untuk penelitian ini:

- 1) Mahasiswa yang menempuh pendidikan tinggi di wilayah Tangerang terkhususnya di Universitas Pradita, Bina Nusantara, dan Prasetiya Mulya.
- 2) Mahasiswa yang memiliki niat berwirausaha
- 3) Mahasiswa yang merupakan mahasiswa aktif
- 4) Mahasiswa datang dari semua jurusan yang pernah memperoleh pengetahuan entrepreneurship



### 3.3.3 Sampling Size

Menurut Malhotra (2020), sampling size merupakan ukuran populasi dan variabilitas penelitian digunakan untuk menentukan jumlah sampel yang dipilih. Sedangkan menurut Sugiyono (2015) bahwa ukuran sampel penelitian harus berkisar antara 30 hingga 500. Menurut pendapat Hair et al. (2021), jumlah sampel penelitian harus sesuai dengan jumlah indikator atau pertanyaan yang ada dan akan digunakan saat menyusun kuesioner, yang diperkirakan menggunakan rumus ukuran sampel ( $n \times 5$ ).

Penelitian ini akan menguji 4 variabel, masing-masing terdapat 6 indikator. Maka dari itu, jumlah sampel minimum yang diperlukan untuk penelitian ini adalah 120 responden yang dapat dihitung dengan menggunakan rumus (24 indikator dikalikan dengan 5).

## 3.4 Teknik Pengumpulan Data

### 3.4.1 Research Data

Menurut Malhotra (2020), terdapat dua jenis research data yaitu:

1. *Primary Data*

Data yang dikumpulkan oleh peneliti untuk mendapatkan pemahaman dan solusi atas masalah atau fenomena yang sedang diteliti.

2. *Secondary Data*

Data yang dikumpulkan dari sumber lain dan digunakan oleh peneliti untuk menemukan solusi untuk masalah atau fenomena tertentu. Sumber data sekunder dapat termasuk informasi yang diberikan oleh perusahaan, pemerintah, atau pihak lain.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kombinasi *primary data* dan *secondary data*. *Primary data* diperoleh melalui survei, yang menghasilkan data yang akurat berdasarkan tanggapan responden.

Selain itu, *secondary data* yang diperoleh dari berbagai sumber, termasuk artikel, jurnal, buku, situs web, dan penelitian sebelumnya, digunakan sebagai referensi untuk mendukung data utama penelitian. Ini membantu memvalidasi hipotesis dan fakta penelitian.

### 3.4.2 Proses Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data dalam penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Mencari sekaligus mengumpulkan serta menyortir data sekunder dari berbagai sumber seperti jurnal penelitian, situs web, dan buku ilmiah yang digunakan sebagai data pendukung.
- b. Mengambil jurnal utama sebagai referensi untuk melakukan penelitian.
- c. Untuk tahap *pre-test*, penulis menyusun pertanyaan dan disebar menggunakan platform *Google Forms* kepada 40 responden secara online. Tujuan dari *pre-test* ini untuk menguji validitas setiap indikator pertanyaan dalam survei.
- d. Untuk menguji validitas dan reliabilitas, data *pre-test* dikelola menggunakan aplikasi *IBM SPSS*.
- e. Setelah data dianggap valid, maka akan dilanjutkan ke tahap *main test* dengan mengirimkan kuesioner kepada 120 responden melalui *Google Forms*.
- f. Data dari *main test* yang melibatkan 120 responden, dikelola dan dianalisis menggunakan aplikasi *SMARTPLS 4* untuk mendapatkan pemahaman lebih lanjut tentang penelitian ini.

### 3.5 Operasionalisasi Variabel

Proses operasionalisasi variabel adalah langkah penting dalam menentukan cara setiap variabel dalam penelitian diukur. Peneliti menggunakan variabel dan indikator yang dibuat untuk mengukur ketepatan data untuk menguji dan membuktikan validitas masalah yang dibahas dalam penelitian ini. Terdapat 4 variabel utama dalam penelitian ini: *Creativity*, *Entrepreneurial*

*Passion, Entrepreneurial Self-efficacy* dan *Entrepreneurial Intention*. Penentuan variabel utama dalam penelitian ini dipilih berdasarkan adaptasi dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Bignetti, 2021). Untuk mengukur tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan responden terhadap setiap indikator yang terkait dengan variabel yang diajukan, digunakan skala *Likert* dengan lima poin, yang mencakup rentang dari "Sangat Tidak Setuju" (1) hingga "Sangat Setuju" (5). Skala pengukuran ini memungkinkan responden untuk mengungkapkan pendapat responden dengan berbagai tingkat intensitas, sehingga memberikan wawasan yang lebih mendalam terhadap pandangan responden terhadap masing-masing indikator.

Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel

No	Variabel	Definisi Operasional	Kode	Measurement	Reference	Scaling technique
1.	<i>Creativity</i>	Kreativitas adalah salah satu aspek penting dalam kepribadian seorang wirausahawan yang memiliki potensi untuk menjadi landasan kunci dalam perkembangan serta pencapaian	C1	Saya menikmati kegiatan yang memungkinkan saya untuk menggunakan imajinasi.	da Silva, and Nakano (2019).	<i>Likert 1-5</i>
			C2	Saya lebih suka menciptakan solusi-solusi baru dibandingkan dengan mengandalkan	da Silva, and Nakano (2019).	

		kinerja bisnis perusahaan kecil dan menengah (Antoncic, 2012)		solusi yang sudah ada.		
			C3	Ketika saya menghadapi masalah, saya cenderung memikirkan berbagai ide yang berbeda.	da Silva, and Nakano (2019).	<i>Likert 1-5</i>
			C4	Orang-orang sering mengatakan bahwa saya memiliki gagasan-gagasan yang unik dan kreatif.	da Silva, and Nakano (2019).	<i>Likert 1-5</i>
			C5	Dalam kehidupan sehari-hari, saya merasa mudah untuk menyelesaikan masalah.	da Silva, and Nakano (2019).	<i>Likert 1-5</i>
			C6	Saya memiliki preferensi	da Silva, and	<i>Likert 1-5</i>

				untuk mempertimbangkan berbagai sudut pandang dalam suatu situasi.	Nakano (2019).	
2.	<i>Entrepreneurial Passion</i>	Passion adalah bagian penting dari kesuksesan berwirausaha, karena memotivasi orang untuk memulai bisnis dan bertahan dalam situasi sulit (Collewaert, 2016)	EP1	Saya sangat menikmati menjalankan eksplorasi ide-ide baru untuk memenuhi kebutuhan pasar yang belum terpenuhi dan berpotensi menjadi peluang bisnis yang bisa ditawarkan.	Cardon et al., (2013)	<i>Likert 1-5</i>
			EP2	Saya termotivasi untuk meningkatkan produk/layanan yang sudah	Cardon et al., (2013)	<i>Likert 1-5</i>

				ada menjadi lebih baik.		
			EP3	Saya merasa sangat bersemangat ketika saya mendirikan perusahaan baru.	Cardon et al., (2013)	<i>Likert 1-5</i>
			EP4	Membangun bisnis baru hingga mencapai kesuksesan memberi saya kebahagiaan yang besar.	Cardon et al., (2013)	<i>Likert 1-5</i>
			EP5	Saya merasa bersemangat ketika memperluas perusahaan saya dengan menawarkan produk dan layanan baru	Cardon et al., (2013)	<i>Likert 1-5</i>
			EP6	Saya merasa	Cardon et	<i>Likert 1-5</i>

				sangat termotivasi untuk mendorong tim karyawan dan diri saya sendiri untuk meningkatkan kinerja perusahaan kami.	al., (2013)	
3.	<i>Entrepreneurial Self Efficacy</i>	Self-efficacy merupakan penilaian seseorang terhadap kemampuan mereka untuk mengatur dan melakukan tindakan yang diperlukan untuk mencapai kinerja yang telah ditetapkan	ESE1	Saya memiliki kemampuan untuk tetap produktif dalam situasi-situasi yang penuh stres, tekanan, dan konflik yang berkelanjutan.	Liñán, F. (2008),	<i>Likert 1-5</i>
			ESE2	Saya mampu mengidentifikasi peluang di pasar baru untuk produk dan layanan baru.	Liñán, F. (2008),	<i>Likert 1-5</i>

		(Ginting, 2020)	ESE3	Saya memiliki kemampuan untuk mengembangkan serta menjaga hubungan positif dengan calon investor.	Liñán, F. (2008),	<i>Likert 1-5</i>
			ESE4	Saya mampu menciptakan lingkungan kerja yang memotivasi orang untuk menjelajahi hal-hal baru.	Liñán, F. (2008),	<i>Likert 1-5</i>
			ESE5	Saya memiliki kemampuan untuk meraih kesuksesan dalam setiap usaha yang saya jalani.	Svotwa, et al., (2022).	<i>Likert 1-5</i>
			ESE6	Saya memiliki kemampuan untuk	Svotwa, et al., (2022).	<i>Likert 1-5</i>



				merencanakan serangkaian langkah-langkah dalam mengejar peluang.		
4.	Entrepreneurial Intention	Minat berwirausaha adalah dorongan, kesiapan, dan ketertarikan untuk mendirikan, mengelola, menghadapi risiko, serta mengembangkan sebuah bisnis yang dibuat dengan tujuan memenuhi kebutuhan hidup tanpa takut akan kemungkinan kegagalan,	EI1	Saya memiliki niat yang kuat untuk memulai sebuah perusahaan suatu hari nanti.	Liñán, F., and Chen, Y. (2009).	<i>Likert 1-5</i>
			EI2	Menjadi seorang pengusaha adalah tujuan utama saya.	Liñán, F., and Chen, Y. (2009).	<i>Likert 1-5</i>
			EI3	Saya sangat serius dalam mempertimbangkan untuk mendirikan suatu perusahaan.	Liñán, F., and Chen, Y. (2009).	<i>Likert 1-5</i>
			EI4	Saya berkomitmen	Liñán, F., and Chen,	<i>Likert 1-5</i>

		yang sebaliknya dianggap sebagai pelajaran berharga (Rahmadi, 2020)		untuk melakukan segala yang diperlukan untuk menjadi seorang pengusaha.	Y. (2009).	
			EI5	Saya akan berusaha dengan segala upaya untuk mendirikan dan mengelola perusahaan saya sendiri.	Liñán, F., and Chen, Y. (2009).	Likert 1-5
			EI6	Saya bersedia terlibat dalam kegiatan kewirausahaan	Prilovia, H., & Iskandar, I. (2018)	Likert 1-5

Sumber : Olahan Penulis (2023)

### 3.6 Teknik Analisis Data

#### 3.6.1 Uji *Pre-test*

Menurut Malhotra (2020) uji *pre-test* adalah proses menguji kuesioner pada sampel kecil responden dengan tujuan meningkatkan kuesioner dengan menemukan dan menghilangkan masalah potensial. Dalam penelitian ini, sampel *pre-test* yang digunakan oleh peneliti terdiri dari 40 responden. Tujuannya agar dapat menguji validitas survei dan

memastikan bahwa data yang dikumpulkan dapat diandalkan sebelum diterapkan pada sampel yang lebih besar.

### 3.6.2 Uji Validitas dan Reliabilitas

#### 3.6.2.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu pengukuran yang dilakukan untuk menilai sejauh mana alat pengukur dapat mencerminkan sifat atau karakteristik yang ada dalam fenomena yang sedang diteliti (Malhotra, 2020). Dalam konteks penelitian ini, peneliti menggunakan aplikasi *SMART PLS 4* sebagai media untuk mengelola data statistik dalam penelitian ini dan memeriksa validitas masing-masing indikator yang digunakan dalam proses pengukuran. Berikut tabel menggambarkan kriteria yang digunakan untuk menilai uji validitas:

Tabel 3. 2 Uji Validitas

No	Ukuran Validitas	Definisi	Nilai yang disyaratkan
1.	<i>Factor Loading of Component Matrix</i>	<i>Factor Loading</i> merupakan unsur yang paling penting ketika mengevaluasi model pengukuran dan menjadi fokus utama dalam proses pengukuran tersebut. (Hair et al., 2019)	VALID, jika nilai <i>factor loading</i> > 0,5 TIDAK VALID, jika nilai <i>factor loading</i> < 0,5
2.	<i>KMO (Kaiser Meyer Olkin)</i>	KMO digunakan untuk menilai kelayakan atau kecocokan melalui analisis faktor. (Malhotra et al., 2017)	VALID, jika nilai <i>KMO</i> > 0,5 TIDAK VALID, jika nilai <i>KMO</i> < 0,5

3.	<i>Anti-image correlation matrix</i>	<i>Anti-image correlation matrix</i> adalah matrix korelasi parsial setelah analisis faktor yang berperan untuk mengevaluasi tingkat kesesuaian antara variabel-variabel tersebut satu sama lain. (Hair et al., 2019 )	Nilai = 1, variabel dapat diprediksi tanpa terpengaruh oleh variabel lain.
			Nilai variabel > 0,5 prediksi dan analisis masih dapat dilakukan.
			Nilai variabel < 0,5 analisis lanjutan tidak dapat dilakukan.

### 3.6.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan sebagai proses evaluasi dengan tujuan untuk mengukur seberapa konsisten skala penelitian jika penelitian tersebut diulang beberapa kali (Malhotra et al., 2017). Didukung dengan pendapat Hair et al. (2021) yang menyatakan bahwa uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi suatu pengukuran dengan mengukur:

Tabel 3. 3 Uji Reliabilitas

No	Ukuran Validitas	Definisi	Nilai yang disyaratkan
1.	<i>Composite Reliability</i>	<i>Composite Reliability</i> merupakan suatu indikator yang digunakan untuk menilai sejauh mana konsistensi internal terjaga dalam suatu struktur, tanpa mengasumsikan bahwa indikator yang digunakan	VALID, jika nilai <i>composite reliability</i> > 0,7
			TIDAK VALID, jika nilai <i>composite reliability</i> < 0,7

		memiliki karakteristik yang serupa (Hair et al., 2021)	
2.	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Cronbach's Alpha</i> adalah cara yang digunakan untuk mengukur konsistensi internal dengan asumsi bahwa indikator yang digunakan memiliki karakteristik yang serupa (Hair et al., 2021).	VALID, jika nilai <i>cronbach's alpha</i> > 0,7 TIDAK VALID, jika nilai <i>cronbach's alpha</i> < 0,7

Sumber : Hair et al., 2021

### 3.6.3 Analisis Data Penelitian menggunakan Structural Equation Modeling

*Structural Equation Model* (SEM) adalah suatu metode yang digunakan untuk mengevaluasi dan menguji hubungan antara berbagai variabel di dalam suatu penelitian. Ini juga digunakan untuk mengukur kualitas dan kecocokan variabel dalam model analisis (Malhotra, 2017). Terdapat 2 jenis SEM, yaitu :

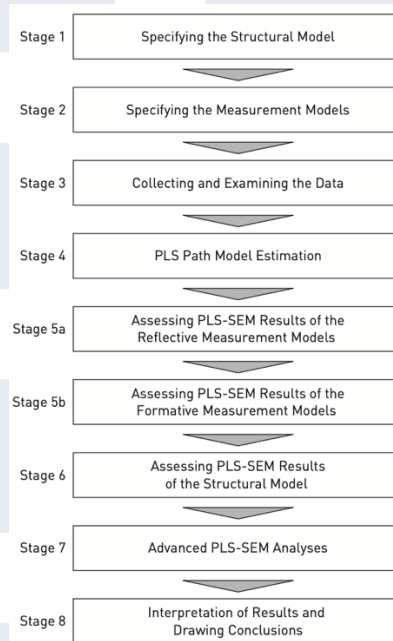
1) *Covariance Based Structural Equation Modeling* (CB-SEM)

*Covariance Based Structural Equation Modeling* adalah bagian dari proses validasi yang digunakan untuk mengevaluasi secara empiris yang hasilnya dapat menunjukkan atau menolak teori. CB-SEM digunakan untuk menilai seberapa baik model penelitian dapat memperkirakan matriks kovarians dari sekumpulan data sampel.

2) *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM)

*Partial Least Squares Structural Equation Modeling* merupakan suatu model yang digunakan dalam penelitian eksplorasi untuk mengembangkan teori dengan fokus pada objek yang diteliti. PLS-SEM digunakan dengan tujuan untuk menjelaskan variasi dalam variabel dependen ketika

mengevaluasi sebuah model. Menurut Hair et al. (2022), tahapan SEM adalah sebagai berikut:



Gambar 3. 2 Tahapan SEM

Sumber : Hair et al. (2022)

a) *Stage 1: Specifying the Structural Model*

Pada tahap ini, menggabungkan penggunaan SEM dengan komponen penting dari penelitian yang dilakukan untuk memastikan diagram tersebut mampu menggambarkan hipotesis dan hubungan antara variabel yang sedang diteliti.

b) *Stage 2: Specifying the Measurement Models*

Dalam tahap ini menggambarkan hubungan antara variabel indikator yang sesuai (*outer models*). *Measurement theory* digunakan sebagai dasar yang sangat penting dalam PLS-SEM untuk menentukan korelasi dan memastikan hasil penelitian. Apabila pengujian hipotesis melibatkan hubungan struktural antar variabel maka data yang diperoleh dapat dikatakan valid jika dapat

menjelaskan metode pengukuran masing-masing variabel menggunakan rumusan pengukuran yang tersedia.

c) *Stage 3: Data Collection & Examination*

Pada tahap ini sangat penting dalam pelaksanaan SEM karena berkaitan dengan pengumpulan dan pemeriksaan data yang diperoleh menggunakan pendekatan kualitatif maupun kuantitatif. Namun, dalam menggunakan PLS-SEM maka data *primer* biasanya diperoleh dari subjek penelitian melalui kuesioner atau survei. Data yang terkumpul kemudian akan diuji menggunakan *SMART PLS 4* sebagai aplikasi pengolahan data dalam penelitian.

d) *Stage 4: Path Model Estimation (PLS)*

Pada tahap ini dijelaskan mengenai cara *Path Model Estimation / PLS*. Sebelum memulai tahap ini, sangat penting untuk memahami data yang digunakan dalam penelitian. Data yang dipakai dalam penelitian akan diperoleh melalui jawaban responden yang mengisi kuisisioner yang disebarakan. PLS-SEM sangat berguna untuk memperkirakan komponen model yang belum diketahui sebelumnya.

e) *Stage 5: Assessing PLS-SEM Results of the Measurement Models*

Tahap ini bertujuan untuk menunjukkan hubungan antara berbagai indikator. Dengan menggunakan model ini, peneliti dapat menilai sejauh mana teori yang digunakan apakah sesuai dengan data yang diperoleh lalu hasilnya akan diperiksa dan dievaluasi lebih lanjut. PLS-SEM bertujuan untuk memaksimalkan variasi dari variabel dalam model *PLS Path Models*. Nilai  $R^2$  adalah indikator utama dalam mengevaluasi kualitas pengukuran dan model struktural, serta metrik yang paling penting adalah  $R^2$  dan signifikansi statistik koefisien jalur struktural, sementara  $F^2$  dan  $Q^2$  berfungsi sebagai pelengkap. Dua model membagi hasil evaluasi PLS-SEM:

1) *Reflective Measurement Models*

Penilaian model dengan menggunakan pendekatan pengukuran reflektif melibatkan banyak langkah penting. Salah satunya adalah menilai reliabilitas komposit untuk menilai *factor loading*, *indicator reliability*, dan validitas konvergen melalui *average variance extract (AVE)*. Selain itu, validitas diskriminan juga harus diperiksa dalam pendekatan pengukuran reflektif karena merupakan komponen penting dalam analisis model tersebut.

2) *Formative Measurement Models*

Pada tahap ini, peneliti perlu memilih indikator untuk diukur. Sebelum diukur setiap indikator harus didefinisikan dan diidentifikasi dengan jelas. 3 langkah utama digunakan dalam tahap pengukuran model formatif: mengevaluasi *convergent validity* dari model pengukuran formatif, mengevaluasi hubungan antara *formative measurement models* dan variable lain, dan mengevaluasi signifikansi masing-masing indikator.

f) *Stage 6: Assessing PLS-SEM Results of the Structural Model*

Dalam tahap ini, terdapat 6 langkah dalam menguji hasil *structural model*, sebagai berikut :

- 1) Menilai *structural model* dalam masalah kolinearitas: Kolinearitas terjadi ketika dua atau lebih variabel berhubungan erat satu sama lain. Namun, dalam lingkungan bisnis kolinearitas tidak signifikan dan tidak perlu diperhatikan.
- 2) Menilai signifikansi dan relevansi hubungan *structural model*: menggunakan *reflective measurement models* yang melibatkan 2 komponen penting yaitu *p-values & path coefficients*. Fokus penilaian ini penting karena tahap ini



berkaitan dengan pengujian hipotesis dan penyelesaian masalah penelitian.

- 3) Menilai tingkat  $R^2$  : Menurut Hair et al. (2021)  $R^2$  adalah ukuran yang menunjukkan seberapa besar variasi yang dijelaskan oleh model yang digunakan pada variabel penelitian. Nilai minimal  $R^2$  sekitar 0.25 menunjukkan bahwa model tersebut tidak menjelaskan data dengan baik (lemah), nilai 0,5 menandakan sedang dan 0,75 dianggap baik
- 4) Menilai dampak  $f^2$ : Dengan menggunakan penilaian dampak  $f^2$ , penulis dapat mengetahui seberapa besar kontribusi variabel eksogen terhadap nilai  $R^2$ . Nilai  $f^2$  dianggap lemah minimal sekitar 0.02, sedang jika sekitar 0.15, dan kuat jika sekitar 0.25.
- 5) Menilai hubungan relevan prediksi  $Q^2$  : Dalam model struktural, ketika nilai  $Q^2$  lebih besar dari 0, itu menunjukkan bahwa model memiliki relevansi terhadap variabel dependen yang relevan. Nilai  $Q^2$  dihitung melalui prosedur *blindfolding*, dan  $Q^2$  membantu menilai relevansi model terhadap variabel dependen dalam penelitian.
- 6) Menilai efek  $Q^2$  : Dalam  $Q^2$ , ukuran yang diperoleh melalui prosedur *blindfolding* yang menunjukkan seberapa baik *path model* dapat memprediksi nilai variabel yang diuji. Ini memberikan pemahaman tentang kemampuan model dalam meramalkan nilai variabel yang diuji.

g) *Stage 7: Advanced PLS-SEM Analyst*

Pada tahap ini, data yang dikumpulkan dan diuji dianalisis secara menyeluruh oleh peneliti menggunakan alat yang relevan dengan penelitian ini.

h) *Stage 8: Interpretation of Results & Drawing Conclusions*

Pada tahap akhir, peneliti menyajikan hasil dan kesimpulan dari penelitian yang dilakukan.

### 3.7 Uji Hipotesis

Uji hipotesis ini merupakan langkah penting untuk menentukan apakah hipotesis yang diajukan oleh peneliti dapat diterima atau ditolak, karena hanya memenuhi kriteria saja belum cukup (Hair et al., 2017). Dalam penelitian ini, digunakan beberapa ketentuan khusus saat menguji hipotesis, yaitu:

a) *Path Coefficient*

*Path Coefficient* adalah nilai estimasi dalam model struktural yang sejalan dengan nilai beta standar dalam *regression analysis* / analisis regresi.

b) *P-value*

*P-value* digunakan untuk menentukan validitas hipotesis. *P-value* yang lebih besar dari 0,05 menunjukkan bahwa kedua variabel hipotesis memiliki pengaruh yang signifikan, sedangkan *P-value* yang lebih rendah dari 0,05 menunjukkan bahwa pengaruh mereka tidak signifikan.

c) *T-value*

*T-value* merupakan standar yang digunakan sebagai acuan dalam menilai signifikansi suatu koefisien tertentu. Penentuan signifikansi dilakukan dengan membandingkan *Empirical T-value* harus lebih besar dari nilai *t-critical*. Jika nilai *Empirical T-value* lebih besar daripada nilai *critical t-value* yang ditetapkan. Umumnya, nilai *critical t-value* yang digunakan  $> 1.65$  untuk tingkat uji *one-tail* dan  $> 1.96$  pada uji *two tail* (Hair et al., 2022).

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