

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk meraih pemahaman dan melakukan analisis terhadap niat berwirausaha di antara mahasiswa/i yang telah mendapatkan atau memiliki pengalaman pengetahuan terkait dengan pendidikan kewirausahaan di perguruan tinggi yang terletak di Kabupaten Tangerang.

3.1.1 Mahasiswa

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) mengartikan mahasiswa sebagai seseorang yang mengikuti pendidikan pasca sekolah menengah (Depdiknas, 2012). Siswoyo (2007) dalam Lastary & Rahayu (2018) mendefinisikan pelajar sebagai individu yang terdaftar pada pendidikan pasca sekolah menengah, apapun jenis institusinya baik itu negeri, swasta, atau sejenisnya universitas.

Secara umum, seorang mahasiswa mengalami fase transisi dari masa remaja menuju dewasa, yang biasanya berlangsung pada rentang usia 18 hingga 25 tahun. Pada tahap ini, menjadi periode krusial di mana individu harus mampu membentuk dan menetapkan arah hidup mereka (Khairun & Hakim, 2019). Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh Hartshorne & Germine (2015) dalam *Journal Psychological Science* mengungkapkan bahwa individu pada usia 18 tahun merupakan usia di mana otak mencapai kondisi optimal untuk mengolah informasi dan mengembangkan keterampilan baru.

Mahasiswa dianggap sebagai pribadi yang cerdas dan memiliki kapabilitas untuk bertindak dengan matang sesuai perencanaan. Mahasiswa juga memiliki keterkaitan dengan sifat proaktif, kemampuan berpikir kritis, kreatif, dan mudah beradaptasi (Jannah & Sulianti, 2021). Tidak hanya itu, peran mahasiswa tidak hanya terbatas dalam proses pembelajaran dan pendidikan, melainkan juga mencakup peran penting sebagai *agent of*

change dalam lingkungan yang mampu menjadi harapan bangsa dengan memanfaatkan kemampuannya untuk mengatasi permasalahan sosial yang dihadapi oleh masyarakat (S. G. A. Utami & Najicha, 2022).

Maka dari itu, masyarakat melihat bahwa mahasiswa dikenal sebagai individu yang cerdas berkat proses pendidikan yang telah dijalani selama ini. Selain itu, mahasiswa memiliki peran sebagai pengendali sosial apabila terjadi situasi yang berpotensi merugikan masyarakat, mahasiswa dapat mengambil tindakan kritis untuk memberikan saran dan solusi terhadap masalah yang dihadapi. Dengan kata lain, mahasiswa dianggap sebagai penerus bangsa yang berkontribusi terhadap kemajuan negara melalui peran mereka.

3.1.2 Wilayah Kabupaten Tangerang



Gambar 3.1 Luas Wilayah Kabupaten Tangerang

Sumber: Buku Profil Dtatistik Kabupaten Tangerang (2022)

Kabupaten Tangerang merupakan suatu daerah kabupaten yang terletak di Provinsi Banten, Indonesia, dan memiliki pusat pemerintahan di Kecamatan Tigaraksa Kota. Berdasarkan gambar 3.1 menunjukkan bahwa wilayah Kabupaten Tangerang terdiri dari 29 kecamatan, 28

kelurahan, dan 246 desa dengan total luas wilayah sebesar 1.034,54 km² (DKAN & Diskominfo, 2022). Lokasi Kabupaten Tangerang terletak pada posisi geografis yang strategis dalam wilayah Provinsi Banten. Secara geografis, wilayah ini berbatasan dengan Laut Jawa di sebelah utara, Jakarta dan Kota Tangerang di sebelah timur, Kota Tangerang Selatan dan Kabupaten Bogor di sebelah selatan, serta secara langsung berbatasan dengan Kabupaten Serang di sebelah barat. Pertumbuhan penduduk di Kabupaten Tangerang tergolong mengalami pertumbuhan cukup signifikan dengan total populasi mencapai 2,9 juta jiwa dan pertumbuhan rata-rata sebesar 4,32% per tahun yang didominasi oleh kelompok usia muda (BPK Perwakilan Provinsi Banten, 2022).

Dilansir dari Kompas.com, Kabupaten Tangerang dikenal sebagai Kota Seribu Industri yang berperan penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi di kawasan Jabodetabek (Purwanto, 2021). Kabupaten Tangerang menjadi wilayah kawasan industri, niaga, hingga menjadi wilayah favorit bagi kaum urban. Adapun 6 misi Kabupaten Tangerang meliputi:

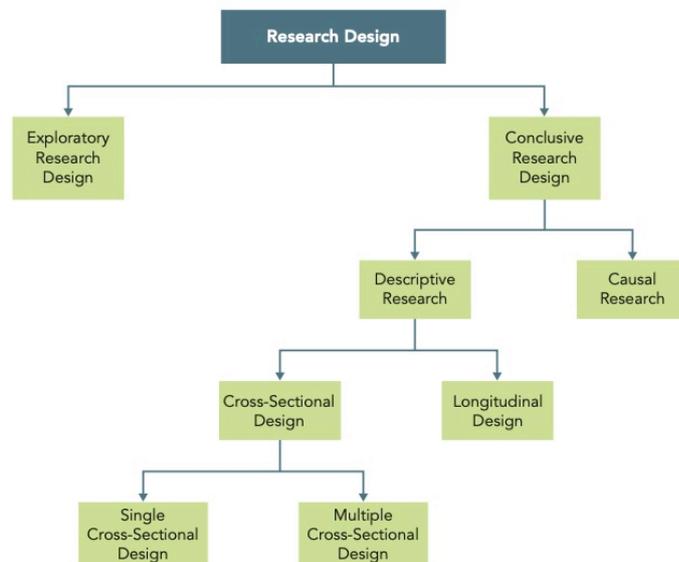
- 1) Memperkuat implementasi nilai-nilai keagamaan dalam interaksi sosial yang bertujuan pada masyarakat yang religious.
- 2) Meningkatkan jangkauan, kualitas, dan distribusi layanan dan pelayanan kesehatan secara merata guna menciptakan masyarakat yang cerdas dan sehat.
- 3) Meningkatkan pengembangan ekonomi daerah yang bersifat daya saing dan berlandaskan kerakyatan.
- 4) Peningkatan profesionalisme, transparansi, dan akuntabilitas dalam tata kelola pemerintahan.
- 5) Mempercepat pembangunan infrastruktur dan perbaikan lingkungan hidup sesuai dengan Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW).
- 6) Menumbuhkan inovasi daerah untuk meningkatkan taraf pelaku pembangunan, masyarakat, dan daya saing daerah.

3.2 Desain Penelitian

Desain penelitian adalah rencana atau serangkaian pekerjaan yang digunakan untuk melaksanakan pemasaran atau penelitian. Penelitian ini diperlukan sebagai langkah untuk mengumpulkan informasi yang diperlukan guna merancang dan memecahkan masalah yang dihadapi. Oleh karena itu, desain penelitian ini menjadi penting untuk membantu penelitian dalam menetapkan metode yang akan digunakan (Malhotra, 2020).

3.2.1 Jenis Desain Penelitian

Saat melakukan penelitian, dua jenis desain penelitian yang berbeda dapat diterapkan yaitu *explonatory research design* dan *conclusive research design* (Malhotra, 2020).



Gambar 3.2 Dua Jenis Desain Penelitian

Sumber: Malhotra (2020)

1. *Explonatory Research*

Tujuan dari *explonatory research* adalah untuk memberikan pencerahan pada suatu masalah atau fenomena yang dihadapi peneliti. Penelitian eksploratif memiliki beberapa karakteristik diantaranya informasi yang diperlukan

didefinisikan secara renggang, proses penelitian memiliki sifat tidak terstruktur dan fleksibel, memiliki sampel kecil dan tidak representative, dan analisis data primer dilakukan dengan pendekatan kualitatif (Malhotra, 2020; 92-93).

2. *Conclusive Research*

Salah satu jenis penelitian yang berupaya mendukung pengambilan keputusan, mengevaluasi, dan meneliti uji hipotesis yang telah dilakukan sebelumnya dalam situasi tertentu adalah *conclusive research*. Ciri-ciri penelitian konklusif meliputi sampel yang besar dan representatif, proses penelitian formal dan terstruktur, persyaratan informasi yang jelas, dan analisis data kuantitatif. Dua kategori penelitian ini terdiri dari *descriptive research* dan *causal research* (Malhotra, 2020; 93-101). Berikut penjelasan kedua jenis penelitian tersebut:

a. *Descriptive Research*

Penelitian yang berfokus terutama pada mendeskripsikan sesuatu yang biasanya fitur atau fungsi pasar dikenal sebagai *descriptive research*. Ada dua jenis penelitian deskriptif yakni *cross-sectional design* dan *longitudinal design*.

- *Cross-Sectional Design*

Cross-sectional design merupakan jenis desain penelitian di mana data tentang elemen populasi tertentu dikumpulkan hanya sekali. Jenis penelitian ini dibagi menjadi dua bagian meliputi *single cross-sectional design* dan *multiple cross-sectional design*. Pertama, *single cross-sectional design* adalah jenis penelitian yang datanya dikumpulkan dari satu sampel responden dari populasi sasaran. Kedua, desain *multiple cross-*

sectional design merupakan jenis penelitian yang pengumpulan informasinya dari setiap sampel hanya dilakukan satu kali dan melibatkan dua atau lebih responden sampel.

- *Longitudinal Design*

Sampel yang konsisten diambil dari elemen populasi yang diukur berulang kali digunakan dalam penelitian *longitudinal design*. Sampel ini memberikan gambaran umum karena tidak berubah seiring waktu atau konstan. Jika dikaji secara bersamaan, hal ini dapat memberikan gambaran komprehensif tentang keadaan dan perubahan yang terjadi seiring berjalannya waktu.

b. *Causal Research*

Tujuan utama *causal research* atau penelitian kausal adalah untuk mengumpulkan bukti yang dapat diverifikasi tentang hubungan antara sebab dan akibat (kausal).

Dalam penelitian ini, peneliti mengadopsi desain penelitian konklusif atau *conclusive research* yakni dilakukan secara kuantitatif dengan jenis *descriptive research* yang bermaksud untuk menyelidiki dan mengevaluasi hubungan antar teori dan mengkonfirmasi signifikansi setiap variabel *Entrepreneurial Attitude*, *Subjective Entrepreneurial Norms*, *Entrepreneurial Perceived Behavioral Control*, dan *Entrepreneurial Resilience* terhadap *Entrepreneurial Intention*. Lebih lanjut, peneliti menggunakan metode *single cross-sectional design* yang akan diterapkan pada pengambilan data karena peneliti hanya melakukan satu kali pengumpulan data dalam setiap sampel penelitian. Selain itu, data untuk penelitian ini dikumpulkan secara *online* menggunakan Google Form atau kuesioner yang

dibagikan kepada target responden. Skala *likert* 1 sampai 5 digunakan dalam kuesioner yang diterapkan dalam penelitian ini. Dengan demikian, pilihan jawaban nomor 1 sangat tidak setuju, nomor 2 tidak setuju, nomor 3 netral, nomor 4 setuju, dan nomor 5 sangat setuju.

3.2.2 Data Penelitian

Segala sesuatu yang memberikan rincian tentang penelitian yang dilakukan disebut data penelitian. Dalam keseluruhan proses penelitian, data penelitian mempunyai peranan yang sangat penting, dimulai dari pemilihan data yang relevan dengan kebutuhan penelitian yang harus dilakukan peneliti. Malhotra (2020) membedakan dua kategori data penelitian, seperti berikut ini:

1. *Primary Data*

Primary data adalah informasi yang diperoleh langsung dari peneliti dan digunakan dalam penelitian untuk mengatasi permasalahan penelitian.

2. *Secondary Data*

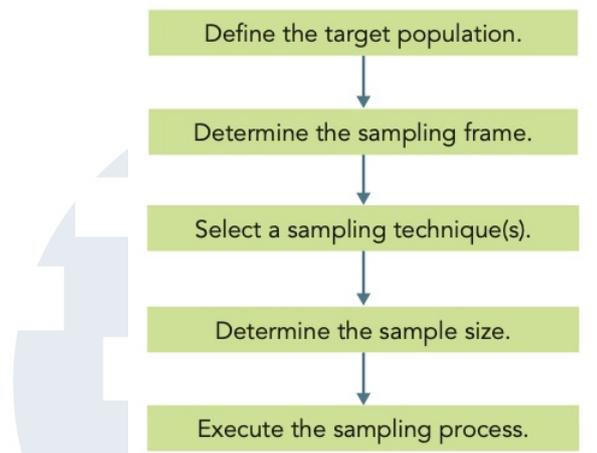
Secondary data adalah data yang digunakan untuk penelitian yang berasal dari pengumpulan data dengan tujuan tertentu di luar permasalahan yang dihadapi.

Dalam penelitian ini, Google Form digunakan untuk menyebarkan kuesioner sebagai bagian dari proses pengumpulan data. Maka dari itu, data primer adalah data yang peneliti gunakan untuk penelitiannya. Tidak hanya itu, peneliti juga menggunakan data sekunder atau sumber lain, seperti buku, situs web, jurnal ilmiah, data statistik, maupun artikel.

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

Sampling design process sebagaimana didefinisikan oleh Malhotra (2020) terdiri dari enam langkah yang menentukan desain pengambilan sampel suatu penelitian. Pada penelitian ini, populasi yang dituju harus ditentukan, kerangka

pengambilan sampel harus dipilih, teknik pengambilan sampel harus dipilih, ukuran sampel harus ditentukan, dan pengambilan sampel penelitian harus dilakukan.



Gambar 3.3 Sampling Design Process

Sumber: Malhotra (2020)

3.3.1 Populasi

Populasi merupakan sekumpulan dari seluruh objek atau elemen yang dijadikan informasi bagi peneliti yang pengukurannya dilakukan untuk membuat beberapa kesimpulan (Malhotra 2020). Target populasi memiliki 4 aspek yakni sebagai berikut:

1. *Element*

Elemen adalah item yang dibutuhkan peneliti untuk mengumpulkan data dan menarik kesimpulan yang relevan. Responden yang telah memberikan informasi yang diminta kepada peneliti untuk diberikan adalah elemen yang digunakan dalam penelitian ini.

2. *Sampling Unit*

Sampling unit adalah unsur dasar yang di dalamnya terdapat sebagai unsur populasi dengan karakteristik yang sama dan akan dijadikan sebagai sampel dalam penelitian. Pada penelitian ini, *sampling unit* yang digunakan oleh peneliti adalah mahasiswa/i

aktif yang sedang menempuh pendidikan di Kabupaten Tangerang, belum pernah memiliki bisnis, memiliki keluarga yang telah memiliki bisnis, dan pernah mendapatkan mata kuliah kewirausahaan di Perguruan Tinggi.

3. *Extent*

Extent adalah batasan geografi, ruang, dan wilayah yang digunakan dalam proses penelitian. Dalam penelitian ini, *extent* yang ditetapkan adalah daerah sekitar Kabupaten Tangerang.

4. *Time*

Time merupakan lamanya waktu yang dibutuhkan peneliti untuk melakukan pengolahan data dan pencarian informasi. Waktu penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu selama 4 bulan dari Agustus 2023 hingga Desember 2023.

3.3.2 Sampel

Menurut Malhotra (2020), sampel merupakan sejumlah objek atau elemen pada suatu populasi yang akan digunakan oleh peneliti untuk membuat kesimpulan atau mengidentifikasi karakteristik yang menjadi target penelitian. Dalam penelitian ini, sampel yang dituju yaitu mahasiswa/i aktif yang menempuh pendidikan pada Perguruan Tinggi di Kabupaten Tangerang, belum pernah memiliki bisnis, memiliki keluarga yang telah memiliki bisnis, dan telah mendapatkan matakuliah yang berkaitan dengan *entrepreneur* atau kewirausahaan.

3.3.3 Teknik Sampel

Cooper & Schindler (2013) mengklasifikasikan dua teknik pengumpulan sampel sebagai berikut:

1. *Probability Sampling*

Probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang terkontrol serta memiliki peluang yang sama menjadi responden yang tidak nol atau diketahui dan didasarkan pada konsep

random sampling untuk menggeneralisasi temuan terhadap populasi yang diinginkan dari populasi sampel serta memiliki *sampling frame*.

2. *Non Probability Sampling*

Non probability adalah pengambilan sampel non-probabilitas bergantung pada penilaian peneliti dan tidak memiliki kerangka pengambilan sampel atau *sampling frame*. Ini melibatkan pemilihan sampel yang tidak semuanya mempunyai peluang yang sama untuk menjadi responden. Berikut ini adalah beberapa metode pengambilan sampel nonprobabilitas yang umum:

a. *Convenience Sampling*

Convenience sampling adalah teknik pengumpulan sampel yang dilakukan oleh peneliti untuk memilih seseorang yang ada atau tersedia untuk bersedia menjadi responden.

b. *Judgemental Sampling*

Judgemental sampling adalah teknik pengumpulan sampel yang dipilih berdasarkan karakteristik atau pengalaman, sikap, dan persepsi para responden sebagai kategori teoritis responden sehingga dapat memperoleh responden yang dipilih berdasarkan kriteria.

c. *Quota Sampling*

Quota sampling adalah teknik pengumpulan sampel yang digunakan melalui dua tahapan yakni membuat kuota sampel terlebih dahulu untuk meningkatkan perwakilan dari populasi yang tersedia dan dipilih berdasarkan *convenience* dan *judgemental sampling*.

d. *Snowball Sampling*

Snowball sampling adalah teknik pengumpulan sampel yang digunakan untuk mendapatkan responden dengan

cara mencari responden berdasarkan referensi yang didapatkan dari satu orang dan diteruskan atau direkomendasikan kepada responden yang memiliki karakteristik, pengalaman, atau sikap yang serupa atau berbeda dari mereka sendiri.

Penelitian ini, menggunakan metode pengumpulan sampel *judgemental sampling* yang termasuk dalam teknik *non probability sampling*. Hal ini disebabkan karena setiap sampel penelitian perlu melewati tahapan *screening* atau penyaringan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan peneliti. Berikut beberapa kriteria yang digunakan oleh peneliti untuk memilih objek penelitian:

1. Mahasiswa yang sedang mengikuti pendidikan di Universitas yang terletak di wilayah Kabupaten Tangerang dan aktif dalam kegiatan akademik.
2. Mahasiswa dari semua jurusan yang sedang mengikuti atau telah memperoleh mata kuliah kewirausahaan di perguruan tinggi.
3. Mahasiswa yang belum mempunyai bisnis.
4. Mahasiswa yang memiliki orang tua atau keluarga yang telah memiliki bisnis.

Calon responden tidak akan diterima dan data yang dikumpulkan akan dihapus jika tidak memenuhi persyaratan yang disebutkan di atas.

3.3.4 Sampling Size

Dalam penjelasan Malhotra (2020), *sampling size* atau ukuran sampel mengacu pada kuantitas elemen dalam suatu penelitian yang ditentukan oleh faktor-faktor seperti ukuran populasi dan variabilitas. Sementara itu, Hair et al. (2019) menyatakan bahwa dengan perkiraan ukuran sampel $n \times 5$, maka jumlah sampel dalam suatu penelitian

harus sesuai dengan jumlah pertanyaan atau indikator dalam angket peneliti. Untuk mengukur kelima variabel dalam penelitian ini, peneliti menggunakan 24 pertanyaan atau indikator, sehingga diperlukan minimal 24 x 5 responden atau 120 responden.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Sumber Data

Data primer diperoleh langsung dari informasi inti pada objek atau lokasi penelitian dan data sekunder diperoleh secara tidak langsung melalui berbagai sumber seperti dokumen, laporan, dan lain sebagainya merupakan dua kategori yang dapat dibagi menjadi sumber pengumpulan data (Sugiyono, 2010). Penulis menggunakan sumber data primer dan sekunder untuk penelitian ini. Peneliti menggunakan Google Form untuk menyebarkan kuesioner *online* guna mengumpulkan data primer. Sedangkan pada data sekunder, peneliti memanfaatkan data yang diperoleh dari berbagai jurnal penelitian, artikel, website resmi, dan buku ilmiah sebagai informasi tambahan untuk penelitian.

3.4.2 Periode Penelitian

Penelitian ini memakan 4 empat bulan untuk diselesaikan, termasuk mengembangkan topik penelitian, mengumpulkan dan menganalisis data, serta menarik kesimpulan dari temuan penelitian. Penelitian ini dimulai pada bulan Agustus 2023 dan berakhir pada bulan Desember 2023. Kuesioner *pretest* disebarkan mulai tanggal 30 Oktober 2023 hingga 05 November 2023, sementara *main test* dilakukan dari tanggal 06 November 2023 hingga 23 November 2023.

3.4.3 Proses Penelitian

Berikut beberapa tahapan yang dilakukan peneliti untuk melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh *Entrepreneurial Attitude, Subjective Entrepreneurial Norms, Entrepreneurial Perceived Behavioral Control,*

dan *Entrepreneurial Resilience* terhadap *Entrepreneurial Intention* pada Mahasiswa/i di Kabupaten Tangerang”, yaitu sebagai berikut:

1. Melakukan pencarian fenomena dalam berbagai publikasi, termasuk buku, jurnal, dan artikel, yang dapat dijadikan bahan kajian.
2. Memilih jurnal utama untuk dijadikan sebagai referensi acuan selama proses studi penelitian.
3. Memilih teknik penelitian dan indikator yang akan menjadi dasar penyelidikan variabel yang diteliti.
4. Mendistribusikan kuesioner untuk *pre test* kepada 42 responden melalui *link* Google Form kepada responden yang sesuai karakteristik populasi dan sampel yang dituju.
5. Mengolah data *pre test* sebagai bahan uji kelayakan validitas dan reliabilitas dengan *software* SPSS.
6. Mendistribusikan kembali kuesioner untuk *main test* kepada responden yang telah ditentukan sebagai sampel penelitian.
7. Melakukan pengolahan data *main test* guna menguji hipotesis dengan menggunakan *software* SPSS.
8. Berdasarkan temuan penelitian, peneliti memberikan rekomendasi dan kesimpulan.

3.5 Variabel Penelitian

Sugiyono (2016) mengidentifikasi dua jenis variabel berdasarkan sifatnya, yaitu *independent variable* (variabel bebas) dan *dependent variable* (variabel terikat). *Independent variable* memiliki pengaruh terhadap perubahan pada variabel lainnya, sedangkan *dependent variable* merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel lainnya. Dalam penelitian ini, terdapat *independent variable* yang digunakan yaitu *Entrepreneurial Attitude* (EA), *Subjective Entrepreneurial Norms* (SEN), *Entrepreneurial Perceived Behavioral Control* (EPBC), dan *Entrepreneurial Resilience* (ER). Sementara itu, pada *dependent variable* yang digunakan yakni *Entrepreneurial Intention* (EI).

3.6 Operasionalisasi Variabel

Dalam penelitian ini, terdapat lima variabel termasuk definisi operasional dan pertanyaan yang mengacu pada jurnal (Hossain et al., 2023). Variabel tersebut terdiri dari *Entrepreneurial Attitude* (EA), *Subjective Entrepreneurial Norms* (SEN), *Entrepreneurial Perceived Behavioral Control* (EPBC), *Entrepreneurial Resilience* (ER), dan *Entrepreneurial Intention* (EI). Peneliti menggunakan skala likert sesuai dengan definisi Sugiyono (2022), pengukuran jenis skala likert digunakan untuk mengukur persepsi, sikap, dan pendapat individu atau kelompok terhadap fenomena yang terjadi dalam objek penelitian. Pengukuran skala likert menggunakan nilai dari 1 hingga 5. Artinya, angka 1 menunjukkan bahwa responden "Sangat Tidak Setuju" (STS) dan angka 5 menunjukkan "Sangat Setuju" (SS) terhadap pernyataan yang diberikan oleh peneliti.

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel Penelitian

No	Variabel	Definisi Operasional	Kode	Indikator	Referensi	Skala
1	<i>Entrepreneurial Attitude</i>	Karani & Achuthan (2019) mendefinisikan <i>entrepreneurial attitude</i> sebagai tindakan yang mengacu pada perilaku dan pemikiran yang konsisten serta sejalan dalam menciptakan dan menjalankan suatu bisnis.	EA 1	Saya selalu bekerja keras untuk menjadi yang terbaik di bidang saya	Nosheena et al. (2019)	<i>Likert 1-5</i>
			EA 2	Saya percaya bahwa hasil nyata diperlukan untuk menilai keberhasilan bisnis		
			EA 3	Saya sering mengorbankan kenyamanan diri		

				sendiri demi memanfaatkan peluang bisnis		
			EA 4	Saya lebih suka menjadi bos bagi diri saya sendiri daripada memiliki pekerjaan yang aman		
			EA 5	Saya dapat menghasilkan banyak uang hanya apabila saya membuat bisnis sendiri		
			EA 6	Saya merasa semangat bekerja dengan rekan-rekan yang inovatif dalam iklim bisnis yang dinamis		
2	<i>Subjective Entrepreneurial Norms</i>	Menurut (Ndofirepi, 2022) <i>subjective entrepreneurial norms</i> mengacu pada tekanan sosial dari sejauh mana anggota sosial seseorang,	SEN 1	Teman saya akan menerima keputusan saya untuk mendirikan usaha / bisnis baru	Mohammed et al. (2017)	<i>Likert 1-5</i>
			SEN 2	Keluarga dekat saya akan menghargai		

		seperti keluarga, teman, kenalan, dan teman kerja menyetujui atau tidak menyetujui perilaku tindakan tertentu terkait aktivitas kewirausahaan.		keputusan saya untuk memulai bisnis		
			SEN 3	Rekan-rekan saya akan menghargai keputusan saya untuk menciptakan bisnis		
3	<i>Entrepreneurial Perceived Behavioural Control</i>	Menurut Liñán & Chen (2009) dalam Baciu et al. (2020), <i>entrepreneurial perceived behavioural control</i> (PBC) adalah persepsi pada seseorang terkait kemudahan atau kesulitan untuk menjadi seorang wirausaha.	EPBC 1	Secara umum, saya tahu segalanya tentang detail praktis yang diperlukan untuk memulai bisnis	Mohammed et al. (2017)	<i>Likert 1-5</i>
			EPBC 2	Saya berpikir saya akan mampu memulai usaha / bisnis baru		
			EPBC 3	Saya mampu mengontrol proses dalam menciptakan bisnis baru		
			EPBC 4	Jika saya mencoba memulai bisnis baru, saya akan memiliki peluang sukses yang besar		

			EPBC 5	Secara umum saya merasa akan mudah untuk mengembangkan ide bisnis		
			EPBC 6	Saya merasa mudah ketika akan memulai sebuah perusahaan dan mempertahankan kelangsungannya		
4	<i>Entrepreneurial Resilience</i>	Hao et al. (2020) mendefinisikan <i>entrepreneurial resilience</i> sebagai bagian inti yang menjelaskan tentang kemampuan dalam berwirausaha yang tidak hanya dapat membantu wirausahawan mengatasi kesulitan yang belum diketahui dan beradaptasi terhadap hal yang tidak pasti,	ER 1	Untuk menjalani hidup yang lebih puas, saya selalu mengambil inisiatif untuk mencari perubahan	Wu et al. (2023)	<i>Likert 1-5</i>
			ER 2	Saya memiliki kepercayaan diri untuk mengatasi sebagian besar masalah dalam pekerjaan dan kehidupan saya		
			ER 3	Menurut saya, kegagalan dalam berwirausaha tidak akan memberikan		

		tetapi juga membantu wirausaha bangkit dan tumbuh dari kegagalan.		tekanan yang berat bagi saya		
5	<i>Entrepreneurial Intention</i>	(Kong et al., 2020) <i>entrepreneurial intention</i> adalah keadaan psikologis seseorang yang mengarahkan perhatiannya terhadap tujuan bisnis tertentu guna mencapai hasil kewirausahaan. Hal ini juga berkaitan dengan pengakuan bahwa seseorang mengambil tindakan untuk menciptakan dan mengembangkan bisnis maupun nilai-nilai baru terhadap	EI 1	Saya memiliki tekad yang kuat untuk menciptakan usaha bisnis di masa depan	Mohammed et al. (2017)	<i>Likert 1-5</i>
			EI 2	Di masa depan, tujuan profesional saya adalah menjadi wirausaha		
			EI 3	Saya bersedia untuk tidak memiliki keraguan yang serius untuk memulai bisnis saya sendiri		
			EI 4	Saya tidak merasa ragu untuk memulai bisnis saya sendiri		
			EI 5	Saya akan berusaha semaksimal		

		kemampuan berwirausaha.		mungkin untuk memulai dan menjalankan bisnis saya sendiri		
			EI 6	Saya mempunyai niat yang sangat tinggi untuk memulai usaha		

3.7 Teknik Analisis Data

3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan komponen yang sangat penting untuk dilakukan karena untuk menilai apakah alat ukur mampu mencerminkan atau menjelaskan dengan baik karakteristik yang ada dalam sebuah fenomena penelitian (Malhotra et al., 2017). Menurut Ghozali (2018), uji validitas digunakan untuk mengevaluasi apakah kuesioner tersebut dianggap valid atau tidak. Hair et al. (2019) mengklasifikasikan nilai ukur uji validitas sebagai berikut:

Tabel 3.2 Nilai Ukur Uji validitas

No.	Ukuran Validitas	Definisi	Ketentuan
1.	Kaiser Meyer Okin (KMO) <i>Measure of Sampling Adequacy</i>	Indeks yang disebut KMO dapat digunakan untuk mengevaluasi apakah pengukuran yang digunakan dalam analisis faktor sudah tepat.	KMO > 0.5
2.	<i>Anti-image Correlation Matricss</i>	<i>Anti-image</i> merupakan uji statistik yang digunakan untuk mengetahui ada tidaknya kesalahan dan ada	MSA > 0.5

		tidaknya korelasi antar variabel.	
3.	<i>Bartlett's Test of Sphericity</i>	<i>Bartlett's Test</i> adalah uji statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis yang menyatakan bahwa tidak terdapat korelasi dalam suatu populasi.	Sig < 0.05
4.	<i>Factor Loading of Component Matrix</i>	Nilai <i>factor loading</i> menunjukkan adanya keterkaitan atau korelasi antara indikator dan faktor.	<i>Factors Loading</i> > 0.5

Sumber: Malhotra (2019)

3.7.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah cara untuk mengetahui apakah indikator tersebut secara konsisten memberikan hasil ketika pengukuran dilakukan berulang kali (Malhotra 2020). Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur tingkat konsistensi variabel dalam suatu penelitian dan suatu kuesioner dianggap reliabel jika jawaban terkait menunjukkan hasil yang konsisten atau sama dari waktu ke waktu. Sebuah variabel dianggap reliabel apabila memiliki nilai *Cronbach Alpha* > 0.6 (Ghozali, 2018).

3.8 Metode Analisis Data penelitian

Dalam penelitian ini, pengujian hipotesis digunakan untuk mengevaluasi hubungan antara variabel independen dan variabel dependen dengan menggunakan *software* IBM SPSS versi 28 dan sebanyak 154 data responden telah dikumpulkan sesuai dengan kualifikasi *screening question*, sehingga target penelitian menjadi lebih terfokus. Berikut adalah metode analisis data yang akan diterapkan dalam penelitian ini:

3.8.1 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merujuk pada serangkaian uji sebagai salah satu syarat yang dilakukan sebelum melanjutkan ke analisis regresi pada data yang dikumpulkan. Tujuan utama dari uji ini adalah untuk menguji apakah data memenuhi beberapa asumsi klasik, termasuk distribusi normal, ketiadaan gejala multikolinearitas, dan ketiadaan gejala heteroskedastisitas. Uji asumsi klasik bertujuan untuk memastikan bahwa estimasi dari persamaan regresi yang diperoleh memiliki tingkat akurasi yang memadai, sesuai dengan penjelasan (Ghozali, 2018). Berikut adalah beberapa uji asumsi klasik yang perlu dilakukan untuk menilai akurasi model:

3.8.1.1 Uji Normalitas

Dalam memastikan suatu variabel mempunyai distribusi normal atau tidak, model regresi diuji dengan menggunakan uji normalitas. Apabila sebaran datanya mendekati atau sesuai dengan sebaran normal, maka penelitian tersebut dianggap berkualitas. Pengujian dengan menggunakan metode *Monte Carlo*, uji *Kolmogorov-Smirnov* digunakan untuk menguji penggunaan data terkait, dan harus memenuhi persyaratan bahwa nilai signifikansi (sig) > 0.05 , yang menunjukkan bahwa distribusi data adalah normal. Sebaliknya, jika nilai signifikansi (sig) < 0.05 , ini menunjukkan bahwa distribusi data tidak normal (Ghozali, 2018).

3.8.1.2 Uji Multikolinieritas

Uji untuk memastikan apakah variabel independen berkorelasi adalah uji multikolinearitas. Apabila nilai toleransi dan faktor inflasi variabel (VIF) tidak menunjukkan bukti adanya multikolinearitas antar variabel independen, maka penelitian tersebut dianggap berkualitas tinggi.

Berdasarkan penjelasannya, multikolinearitas tidak akan timbul jika nilai toleransi ≥ 0.10 dan VIF ≤ 10 (Ghozali, 2018).

3.8.1.3 Uji Heteroskedastisitas

Tujuan uji heteroskedastisitas adalah untuk memastikan apakah residu dan hasil observasi model regresi menunjukkan adanya heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas dapat ditemukan dalam berbagai metode, termasuk pengamatan visual seperti *Plot*, Uji *Rank Spearman*, Uji *Park*, Uji *White*, dan Uji *Glejser*. Heteroskedastisitas harus dideteksi dengan cara tertentu, misalnya dengan menggunakan *scatterplot*, dimana tidak adanya heteroskedastisitas dibuktikan dengan adanya pola yang jelas dengan sebaran titik-titik di atas dan di bawah nilai 0 pada sumbu y (Ghozali, 2018).

3.9 Uji Hipotesis

3.9.1 Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Ghozali (2018), keterkaitan dua variabel atau variabel bebas dan terikat diuji dengan menggunakan metode analisis yang disebut dengan regresi linier berganda. Menemukan hubungan antara variabel independen dan dependen, serta arah dan intensitas hubungan antara dua variabel atau lebih, merupakan tujuan penelitian ini.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan:

$Y = \textit{Entrepreneurial Intention}$

$X_1 = \textit{Entrepreneurial Attitude}$

$X_2 = \text{Subjective Entrepreneurial Norms}$

$X_3 = \text{Entrepreneurial Perceived Behavioral Control}$

$X_4 = \text{Entrepreneurial Resilience}$

$a = \text{Konstanta}$

$b = \text{Koefisien Regresi linear}$

$e = \text{Error/Residual}$

3.9.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai determinasi R^2 yang merupakan angka antara 0 dan 1 digunakan dalam uji koefisien determinasi untuk mengetahui seberapa baik model dapat menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai koefisien yang kecil menunjukkan bahwa kemampuan model dalam menjelaskan variabel independen terhadap variabel dependen terkendala. Sebaliknya, jika nilai R^2 mendekati 1, maka kapasitas model untuk memperhitungkan dampak variabel independen terhadap variabel dependen menawarkan data yang relevan untuk meramalkan perubahan variabel dependen (Ghozali, 2018).

3.9.3 Uji F (Uji Signifikansi Simultan)

Uji F digunakan untuk menentukan apakah variabel independen dalam suatu persamaan memiliki pengaruh secara bersamaan terhadap variabel dependen. Syarat untuk uji ini adalah tingkat kepercayaan sebesar 0.05 atau 5%. Jika nilai F hitung $>$ nilai F tabel, maka hipotesis alternatif (H_1) dapat diterima, yang menunjukkan bahwa variabel independen memiliki pengaruh bersamaan secara simultan terhadap variabel dependen. Namun, jika nilai F hitung $<$ nilai F tabel, maka hipotesis alternatif (H_1) ditolak, dan hal ini menandakan bahwa variabel independen tidak memiliki

pengaruh bersamaan secara simultan terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018).

3.9.4 Uji T (Uji Signifikansi Parameter Individual)

Saat melakukan perhitungan dan membandingkan hasilnya dengan nilai tabel distribusi T, maka uji T dapat digunakan untuk menilai besarnya pengaruh suatu variabel bebas terhadap variabel terikat. H_0 ditolak jika terdapat angka derajat kebebasan (df), derajat α sebesar 5%, dan tingkat kepercayaan sebesar 0.95%. Dalam hal ini, perbandingan antara nilai perhitungan T dengan nilai tabel T dilakukan, dan H_0 ditolak serta H_1 diterima jika nilai T hitung $>$ T tabel atau nilai signifikansi (sig) $<$ 0.05. Sebaliknya, jika nilai T $<$ T tabel atau nilai signifikansi (sig) $>$ 0.05, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak (Ghozali, 2018). Berikut merupakan analisa penelitian:

1. *Entrepreneurial Attitude* (H1)

$H_0 : \beta_1 = 0$ (*entrepreneurial attitude* tidak berpengaruh terhadap *entrepreneurial intention*)

$H_1 : \beta_1 > 0$ (*entrepreneurial attitude* berpengaruh positif terhadap *entrepreneurial intention*)

2. *Subjective Entrepreneurial Norms* (H2)

$H_0 : \beta_1 = 0$ (*subjective entrepreneurial norms* tidak berpengaruh terhadap *entrepreneurial intention*)

$H_1 : \beta_1 > 0$ (*subjective entrepreneurial norms* berpengaruh positif terhadap *entrepreneurial intention*)

3. *Entrepreneurial Perceived Behavioral Control* (H3)

$H_0 : \beta_1 = 0$ (*entrepreneurial perceived behavioral control* tidak berpengaruh terhadap *entrepreneurial intention*)

$H_1 : \beta_1 > 0$ (*entrepreneurial perceived behavioral control* berpengaruh positif terhadap *entrepreneurial intention*)

4. *Entrepreneurial Resilience* (H4)

H0 : $\beta_1 = 0$ (*entrepreneurial resilience* tidak berpengaruh terhadap *entrepreneurial intention*)

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



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA