

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

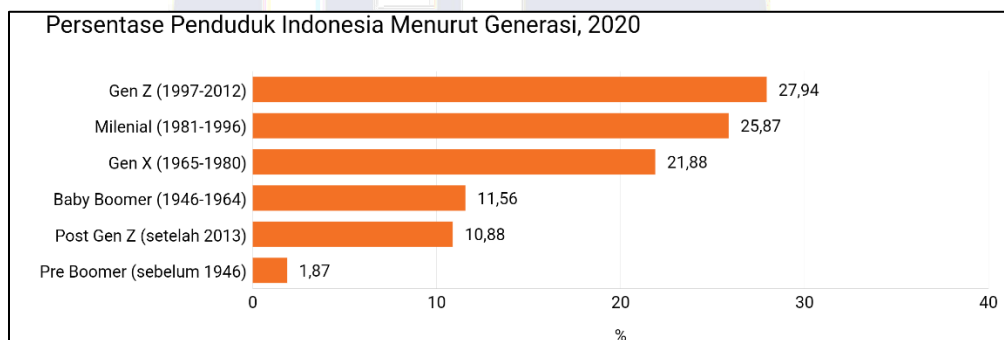
Generasi Z, yang tertarik dengan pendidikan bisnis, adalah fokus penelitian ini. Generasi Z, yang sebagian besar terdiri dari orang-orang yang lahir antara pertengahan 1990-an dan awal 2000-an, terkenal dengan kemajuan teknologi dan media sosial, dan nilai-nilainya berpusat pada keberlangsungan bisnis di masa depan. Oleh karena itu, sangat penting untuk memberikan pendidikan kewirausahaan sejak dini kepada generasi Z agar mereka dapat meningkatkan kemampuan mereka, mendapatkan ide-ide baru, atau memberikan inovasi untuk teknologi atau bisnis yang telat.



Gambar 3.1 Pekan Literasi Informasi

Dijelaskan dalam Pekan Literasi Informasi yang membahas Literasi dan Ekonomi Kreatif menyoroti potensi signifikan yang dimiliki generasi Z untuk mengembangkan kemampuan kewirausahaan mereka. merujuk kegiatan ini,

generasi Z harus mempunyai kemampuan dan keterampilan yang memadai untuk menghadapi tantangan di era digital. Namun mereka mempunyai hambatan seperti pembuatan ide bisnis, konten digital, hingga pemasaran digital. Oleh karena itu, penelitian ini akan membantu khususnya generasi Z agar dapat berhasil melaksanakan proses kewirausahaan termasuk melihat peluang yang terbuka, pengelolaan sumber daya yang ada serta menghadapi tantangan dalam proses kewirausahaan.



Gambar 3.2 Evolusi UMKM

Dalam hal evolusi UMKM lintas generasi, ada perubahan signifikan dalam profil demografis Indonesia pada tahun 2020. Sebanyak 27,94% dari populasi Indonesia berasal dari Generasi Z, yang merupakan generasi yang lahir antara tahun 1997 dan 2012. Sementara itu, generasi milenial, atau generasi Y, dengan jumlah 25,87%, diharapkan akan menjadi promotor masyarakat saat ini, dengan jumlah ini memperlihatkan bahwa generasi Y lebih rendah dari generasi Z.

Penelitian ini tertarik pada orang-orang yang berwirausaha dan memperlihatkan rasa inovasi dan kreativitas. Survei Forbes 2017 menggambarkan bahwa Gen Z lebih termotivasi oleh kewirausahaan dan *startup* daripada generasi

sebelumnya. Lebih dari 62% generasi Z berencana untuk memulai bisnis dan 72% generasi Z mengatakan bahwa kewirausahaan adalah kekuatan ekonomi yang penting untuk menciptakan lapangan kerja dan mendorong inovasi. Bagi generasi Z, kewirausahaan merupakan solusi terbaik untuk menghadapi persaingan kerja yang semakin sengit akibat berkurangnya kesempatan kerja.

3.2 Desain Penelitian

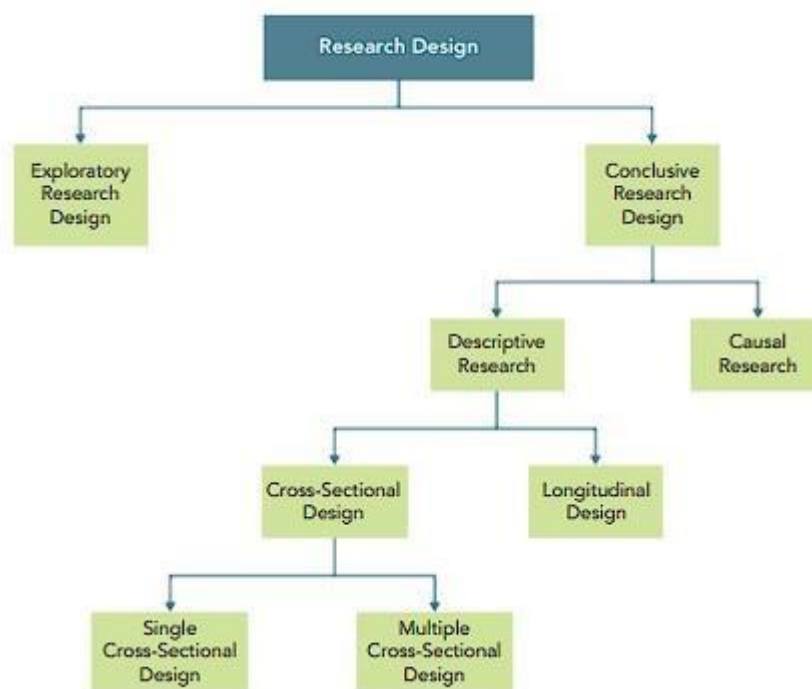
Model penelitian, sebagaimana dijelaskan oleh (Prof. Dr. Suryana, 2012), merupakan rencana terstruktur yang mendefinisikan metode pengumpulan dan analisis data dalam penelitian. Untuk menciptakan penelitian yang efektif, penting untuk mempersiapkan berbagai aspek, yang meliputi pemilihan metode yang sesuai dan pembentukan struktur penelitian secara menyeluruh.

3.2.1 Jenis Penelitian

Penulis mengadopsi pendekatan penelitian deskriptif dalam studi ini, sebagaimana dijelaskan oleh (Zellatifanny & Mudjiyanto, 2018), yang mendefinisikan penelitian deskriptif sebagai metodologi yang bertujuan menggambarkan karakteristik dari berbagai subjek penelitian, seperti individu, kelompok, atau organisasi. Dalam kasus ini, fokus penelitian adalah pada karyawan industri kreatif, khususnya desainer grafis. Metode pengumpulan data yang diimplementasikan mencakup survei, observasi, panel, dan penggunaan data sekunder yang bersifat kuantitatif.

Menurut (Iii & Penelitian, 2021), terdapat dua jenis klasifikasi desain penelitian yang dapat dipergunakan untuk melaksanakan sebuah penelitian

dalam riset, yaitu *Exploratory Research Design* dan *Conclusive Research Design*.



Gambar 3.3 Klasifikasi *Research Design*

Sumber: (Rusli, 2014)

Desain Penelitian Eksploratif merupakan kategori dalam desain penelitian yang fokus utamanya adalah untuk menggali pemahaman yang lebih dalam mengenai suatu masalah yang sedang diinvestigasi oleh peneliti. Penelitian jenis ini biasanya mengandalkan data primer dan metodologi kualitatif untuk menginterpretasikan data. Ciri khas dari Desain Penelitian Eksploratif meliputi fleksibilitas tinggi dalam proses penelitiannya yang seringkali tidak mengikuti struktur yang ketat, pemilihan sampel yang terbatas dan cenderung tidak

mencerminkan populasi yang lebih besar, serta kebebasan dalam menentukan informasi yang dikejar, yang sering hanya didefinisikan secara umum.

Di sisi lain, Desain Penelitian Konklusif dirancang dengan tujuan yang jelas untuk memberikan rekomendasi dan memandu pengambilan keputusan dengan memberikan solusi yang tepat untuk situasi atau fenomena tertentu. Dalam Desain Penelitian Konklusif, hipotesis diuji dan relasi yang sedang diteliti ditinjau secara mendalam. Berbeda dengan Desain Penelitian Eksploratif, penelitian konklusif ditandai dengan pendekatan yang lebih teratur dan formal. Ini berakar pada penggunaan sampel yang besar dan mencakup representasi yang lebih luas dari populasi, dan data yang terkumpul dievaluasi melalui analisis statistik atau kuantitatif.

Dalam lingkup Desain Penelitian Konklusif, terdapat dua kategori utama, yaitu Penelitian Deskriptif dan Penelitian Kausal:

1. Penelitian Deskriptif

Penelitian Deskriptif, sebagai bagian dari Desain Penelitian Konklusif, bertujuan utama untuk menggambarkan fenomena tertentu, termasuk ciri-ciri atau dinamika pasar. Penelitian ini ditandai dengan adanya hipotesis spesifik yang telah dirumuskan dan desain penelitian yang terstruktur dengan baik. Penelitian Deskriptif dibagi lagi menjadi:

- Desain *Cross-Sectional*

Ini adalah metode dimana data dikumpulkan satu kali saja dari sampel yang dipilih. Desain ini dapat berupa Desain *Cross-Sectional* Tunggal,

dimana data diperoleh dari satu kelompok responden dalam satu periode waktu, atau Desain *Cross-Sectional* Ganda, di mana data dikumpulkan dari dua atau lebih sampel responden, namun masih dalam satu titik waktu.

- Desain Longitudinal

Metode ini menggunakan sampel yang konstan dari elemen populasi yang diobservasi secara berkala. Konsistensi sampel memungkinkan pengamatan terhadap perubahan sepanjang waktu, memberikan wawasan mendalam tentang tren dan dinamika yang terjadi.

2. Penelitian Kausal

Penelitian Kausal adalah jenis penelitian konklusif yang tujuan utamanya adalah untuk menentukan dan mendemonstrasikan hubungan sebab-akibat antara variabel-variabel. Penelitian ini dipergunakan untuk mengidentifikasi variabel independen yang menjadi penyebab dan variabel dependen yang berperan sebagai efek dalam sebuah fenomena. Penelitian Kausal juga mengeksplorasi intensitas dan karakteristik hubungan antara variabel-variabel tersebut serta efek yang dihasilkan.

Kedua jenis penelitian dalam *conclusive research design* ini berperan penting dalam mengumpulkan bukti yang digunakan untuk membuat suatu keputusan yang berdasarkan data serta informasi yang terpercaya. Berdasarkan penjabaran jenis penelitian di atas, penulis memilih untuk menggunakan *descriptive research* dalam studi ini. Keputusan tersebut karna keinginan penulis untuk mendapatkan pemahaman

yang lebih mendalam mengenai fenomena secara spesifik, yaitu dengan cara mengumpulkan data melalui kuesioner, penggunaan kuesioner dipilih oleh penulis karena bertujuan untuk menghasilkan gambaran yang komperhensif mengenai bagaimana *Entrepreneurial Education*, *Entrepreneurial Self-Efficacy*, *Entrepreneurial Passion* dan *Entrepreneurial Opportunity* mempengaruhi *Entrepreneurial Intention* pada kalangan Generasi Z di Tangerang Raya. Dalam pelaksanaannya, penulis menggunakan 5 skala poin *Likert* yang berkisar dari “sangat tidak setuju” hingga “sangat setuju,” dengan harapan bahwa metode ini akan meminimalisir kesalahan pengukuran dan menghasilkan data yang lebih presisi.

3.2.1 Sumber Data

1. Data Primer

(Richter et al., n.d.) menjelaskan bahwa data primer merupakan kumpulan data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti yang tujuannya untuk menghadapi masalah penelitian yang sedang ditangani. Metode pengumpulan data ini termasuk penggunaan survei, diskusi kelompok terarah, atau wawancara mendalam.

2. Data Sekunder

(Richter et al., n.d.) mendefinisikan data sekunder sebagai informasi yang telah ada sebelumnya dan yang dikumpulkan untuk tujuan menangani masalah penelitian tertentu. Sumber data ini bisa berupa hasil studi yang dilakukan sebelumnya atau kumpulan data yang telah tersedia dari sumber-sumber seperti data *statistic* pendukung penelitian.

Dalam penelitian ini, penulis memanfaatkan kedua jenis data tersebut : Data primer diperoleh melalui distribusi kuesioner kepada responden yang dipilih berdasarkan relevasinya dengan fenomena dan permasalahan penelitian. Responden merupakan objek penelitian yang menyediakan informasi yang akurat dan sesuai dengan kondisi nyata yang sedang dihadapi. Untuk memperbanyak argumen dan mendukung hasil analisis data primer, penulis juga menggunakan data sekunder. Pengumpulan data sekunder dilakukan melalui berbagai sumber, seperti pada jurnal ilmiah, publikasi pemerintah, laporan statistik, situs web, media digital, jurnal – jurnal akademik, dan buku yang relevan dengan topik penelitian.

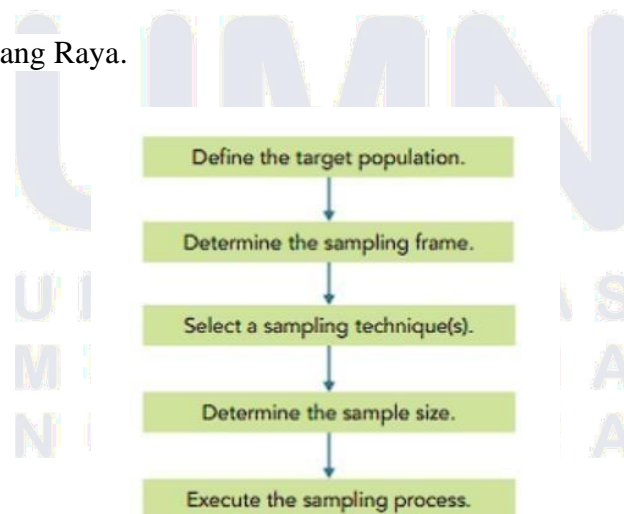
3.3 Ruang Lingkup Penelitian

Ditinjau dari teori (Rusli, 2014), penelitian ini akan dijabarkan sebagai berikut:

1. Definisi Populasi Target: Menentukan fokus pada Generasi Z di Tangerang sebagai kelompok utama untuk studi tentang pengaruh pendidikan wirausaha, efikasi diri wirausaha, gairah wirausaha, dan peluang wirausaha terhadap niat wirausaha pada gen Z di Tangerang Raya.
2. Penentuan Kerangka Sampel: Mengembangkan daftar atau sistem yang mencakup representasi yang akurat dari Generasi Z di Tangerang, yang akan dijadikan acuan dalam pemilihan sampel.

3. Pemilihan Teknik Pengambilan Sampel: Memilih metodologi yang paling sesuai untuk mengumpulkan data dari populasi yang telah ditentukan, yang dapat mencakup teknik probabilistik atau non-probabilistik.
4. Penetapan Ukuran Sampel: Menentukan besaran sampel yang akan menjamin representasi yang cukup dari populasi Generasi Z di Tangerang Raya untuk menghasilkan temuan yang valid.
5. Eksekusi Proses Pengambilan Sampel: Melaksanakan serangkaian prosedur yang telah dirancang untuk mengumpulkan data, yang meliputi dari tahap pengumpulan hingga analisis data, demi memastikan integritas dan keandalan hasil penelitian.

Melalui langkah-langkah ini, penelitian diharapkan dapat memberikan insight yang mendalam mengenai sejauh mana pengaruh pendidikan wirausaha, efikasi diri wirausaha, gairah wirausaha, dan peluang wirausaha terhadap niat wirausaha pada gen Z di Tangerang Raya.



Gambar 3.4 *Sampling Design Process*

Sumber: (Rusli, 2014)

3.3.1 Populasi

(Rusli, 2014) mendefinisikan populasi sebagai sekumpulan elemen atau subjek yang mengandung informasi yang diperlukan oleh peneliti untuk meraih kesimpulan yang diinginkan dalam sebuah studi. Populasi target ini mencakup empat dimensi utama: Elemen, Unit Sampel, Jangkauan, dan Waktu.

1. Elemen

Elemen dalam konteks studi ini adalah individu yang informasinya penting bagi peneliti untuk menghasilkan kesimpulan yang relevan. Untuk penelitian ini, elemen yang dimaksud adalah responden yang merupakan bagian dari Generasi Z di Tangerang Raya.

2. Unit Sampel

Unit sampel merujuk pada unit dasar yang berisi elemen populasi yang akan disampel. Dalam penelitian ini, kriteria untuk unit sampel meliputi:

- a. Berada dalam kelompok usia Generasi Z.
- b. Tinggal di wilayah Tangerang.
- c. Memperlihatkan minat atau kebiasaan dalam perilaku ramah lingkungan atau keberlanjutan.

3. Jangkauan

Jangkauan mengacu pada batas geografis di mana penelitian akan dilakukan. Penelitian ini dibatasi geografisnya pada area Tangerang,

sesuai dengan fokus penelitian untuk menilai Generasi Z di wilayah tersebut.

4. Waktu

Waktu adalah periode tertentu saat penelitian dilaksanakan. Untuk studi ini, periode waktu yang relevan akan ditetapkan berdasarkan kesesuaian dengan jadwal dan ketersediaan responden Generasi Z di Tangerang Raya.

3.3.2 Sampel

Sample menurut (Amin, 2021) merupakan jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Menurut (Arikunto, 2002) sampel merupakan bagian dari populasi dalam penelitian. Dalam penelitian ini, sampel yang digunakan adalah kalangan Generasi Z yang tinggal di Tangerang Raya.

3.3.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara atau teknik yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Menurut (Novitalia, 2022) teknik pengumpulan data jika dilihat dari cara pengumpulannya yaitu dapat dilakukan dengan interview kuesioner, observasi dan gabungan ketiganya. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan kuesioner yang diadopsi dari penelitian (Liu et al., 2019), (C. Li et al., 2020) dan (Z. Li et al., 2022). (Novitalia, 2022)

menyatakan bahwa kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi pertanyaan tertulis kepada responden untuk di jawabnya.

Penyebaran kuesioner pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan Google Formulir yang dibagikan kepada responden melalui media sosial seperti Insatgram, Whatsapp, Line dan beberapa media sosial lainnya. Jawaban dari responden dalam kuesioner nantinya akan diolah dalam skala pengukuran. Skala pengukuran yang digunakan dalam peneliti ini yaitu skala likert. Menurut (Novitalia, 2022) Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan menggunakan skala likert, jawaban tiap instrumen memiliki tingkatan dari sangat positif hingga negatif, yang dapat berupa kata-kata seperti sangat setuju hingga sangat tidak setuju.

1. Sangat Setuju : Skor 5
2. Setuju : Skor 4
3. Netral : Skor 3
4. Tidak Setuju : Skor 2
- Sangat Tidak Setuju : Skor 1

3.3.4 Menentukan *Sample Size*

Menurut (Dwiyanti et al., 2021) sample size merupakan jumlah sampel yang digunakan dalam suatu penelitian. Menurut (Hair et al., 2019) Jumlah sampel untuk mendapatkan sebuah data yang akurat dibutuhkan minimal 5 variabel yang diteliti, maka jumlah pertanyaan dikali 5 atau $(n \times 5)$. Dalam penelitian ini, ada 5 variabel yang diteliti dengan jumlah sebanyak 24 indikator pertanyaan, sehingga jumlah sampel minimum dalam penelitian ini sebanyak 24×5 yaitu 120 responden.

3.4 Prosedur Penelitian

3.4.1 Teknik Pengumpulan Data

Data primer dan data sekunder adalah dua jenis data yang dipergunakan dalam penelitian ini. Data primer mengacu pada informasi yang dikembangkan atau dikumpulkan oleh peneliti secara khusus untuk proyek penelitian yang sedang dilakukan, seperti pengaruh *Entrepreneurial Education*, *Entrepreneurial Self-Efficacy*, *Entrepreneurial Passion*, dan *Entrepreneurial Opportunity* Terhadap *Entrepreneurial Intention* pada Gen Z di Tangerang Raya. Peneliti mendapatkan data penting ini melalui instrumen seperti kuesioner dan wawancara yang dilakukan secara langsung kepada individu Gen Z yang terlibat dalam penelitian. Data yang telah dikumpulkan oleh orang lain selain peneliti untuk tujuan lain daripada penelitian yang sedang dilakukan disebut sebagai data sekunder.

Data sekunder dalam konteks penelitian ini dapat diperoleh dari sumber seperti literatur tentang pendidikan wirausaha, efikasi diri

wirausaha, gairah wirausaha dan peluang wirausaha terhadap niat wirausaha yang sudah ada. Peneliti menggunakan data sekunder ini untuk mendapatkan informasi tambahan atau melengkapi data primer yang telah dikumpulkan, serta sebagai landasan teoritis untuk pengaruh *Entrepreneurial Education*, *Entrepreneurial Self-Efficacy*, *Entrepreneurial Passion*, dan *Entrepreneurial Opportunity Terhadap Entrepreneurial Intention*

Dengan memanfaatkan kedua jenis data ini, peneliti dapat mempunyai sumber informasi yang lebih kaya dan lengkap untuk menjawab pertanyaan penelitian dan meraih tujuan penelitian yang ditetapkan dalam pengaruh *Entrepreneurial Education*, *Entrepreneurial Self-Efficacy*, *Entrepreneurial Passion* dan *Entrepreneurial Opportunity Terhadap Entrepreneurial Intention* Pada Gen Z di Tangerang Raya.

3.4.2 Metode Pengumpulan Data

Dalam rangka mengumpulkan data untuk penelitian yang mengkaji pengaruh pendidikan wirausaha, efikasi diri wirausaha, gairah wirausaha, dan peluang wirausaha terhadap niat wirausaha, prosesnya akan diatur sebagai berikut:

Pertama-tama, data sekunder akan dikumpulkan dari literatur yang ada, termasuk buku, jurnal ilmiah, dan artikel. Ini akan membantu dalam pembentukan model penelitian serta penyusunan hipotesis. Setelah model dan hipotesis penelitian terbentuk, penelitian akan berlanjut dengan pengumpulan jurnal relevan untuk menentukan indikator-

indikator yang akan dipergunakan dalam kuesioner. Kuesioner ini akan dirancang untuk mengumpulkan data primer dari responden dan akan pertama kali diuji melalui *pre-test* yang disebarluaskan secara online kepada setidaknya 30 responden yang telah memenuhi kriteria *screening*.

Tanggapan dari *pre-test* ini akan diolah dan dianalisis menggunakan SPSS versi 25 untuk uji validitas dan reliabilitas. Setelah kuesioner terbukti valid dan reliabel, kuesioner utama akan disebarluaskan untuk main test melalui formulir online yang tersedia di tautan yang disediakan. Setelah data dari main test terkumpul, analisis lebih lanjut akan dilakukan menggunakan SPSS versi 25 untuk melaksanakan serangkaian uji termasuk uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, pengujian model, dan analisis regresi. Proses ini akan memastikan bahwa data yang dikumpulkan adalah akurat dan dapat dipercaya untuk mendukung temuan penelitian

3.5 Operasionalisasi Variabel

Menurut (Ihsan, 2020) operasional variabel merupakan penjabaran dari variabel-variabel penelitian dimensi, dan indikator yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel independen dan dependen. Variabel independen tersebut merupakan variabel yang mempengaruhi variabel lain. Dalam penelitian ini, yang menjadi variabel independen adalah *Entrepreneurial Education*, *Entrepreneurial Self-Efficacy*, *Entrepreneurial Passion*, dan *Entrepreneurial Opportunity*. Dalam penelitian ini, yang menjadi variabel dependen ialah *Entrepreneurial Intention*.

Variabel operasional dalam penelitian ini terdiri dari indikator yang pertanyaannya

diperoleh dari acuan jurnal utama dan jurnal pendukung lainnya. Skala penelitian untuk indikator variabel menggunakan skala likert poin 1 sampai 5 dengan tingkatan poinnya, yaitu 1 sangat tidak setuju dan skala 5 sangat setuju.

Tabel 3.5 Tabel Operasionalisasi Penelitian

No	Variabel	Definisi	Kode	Pertanyaan	Scale	Sumber Jurnal
1	<i>Entrepreneurial Education</i>	<i>Entrepreneurial Education</i> adalah kapasitas setiap orang untuk mempertahankan, memperoleh, dan menggunakan pengetahuan. (Mahendra & S.E., M.Si., Ph.D, 2022)	EE 1	Saya menginvestasikan banyak waktu dan tenaga untuk mempelajari berita terkini perkembangan manajemen bisnis.	Likert 1 - 5	(Liu et al., 2019). Research on the Effects of Entrepreneurial Education and Entrepreneurial Self-Efficacy on College Students' Entrepreneurial Intention
			EE 2	Saya telah menerima pendidikan kewirausahaan atau pelatihan.		
			EE 3	Saya mempunyai banyak pengetahuan tentang manajemen kewirausahaan		
			EE 4	Saya mempunyai banyak pengalaman berwirausaha.		
		<i>Entrepreneurial Self-Efficacy</i> , (Dianti, 2017) menegaskan bahwa	ESE 1	Saya yakin bahwa saya berhasil menemukan peluang bisnis baru.		(C. Li et al., 2020)

2	<i>Entrepreneurial Self-Efficacy</i>	adalah kapasitas seseorang untuk mengumpulkan perilaku yang tepat, alat mental, serta motivasi yang diperlukan untuk berhasil menyelesaikan aktivitas tertentu	ESE 2	Saya yakin bahwa saya berhasil menciptakan produk baru.	Likert 1 - 5	Entrepreneurial Passion to Entrepreneurial Behavior: Role of Entrepreneurial Alertness, Entrepreneurial Self-Efficacy and Proactive Personality	
			ESE 3	Saya yakin bahwa saya bisa berpikir kreatif.			
			ESE 4	Saya yakin bahwa saya berhasil mengkomersialkan ide.			
3	<i>Entrepreneurial passion</i>	<i>Passion</i> atau gairah ini sangat penting bagi calon wirausaha. Adanya semangat kewirausahaan di antara mereka menentukan intensitas kewirausahaan mereka. merujuk (Sumarmi, 2020), kesuksesan kewirausahaan sebagian besar dipengaruhi oleh semangat, karena hal ini menginspirasi individu untuk memulai usaha dan bertahan melewati kesulitan.	EP 1	Sangat menarik untuk menemukan cara-cara baru untuk memenuhi kebutuhan pasar yang belum terpenuhi dan dapat dikomersialkan.		(C. Li et al., 2020) Entrepreneurial Passion to Entrepreneurial Behavior: Role of Entrepreneurial Alertness, Entrepreneurial Self-Efficacy and Proactive Personality	
			EP 2	Mencari ide baru untuk menawarkan produk/jasa adalah hal yang menyenangkan bagi saya.			
			EP 3	Saya termotivasi untuk mencari cara bagaimana membuat produk/jasa yang ada menjadi lebih baik.			

			EP 4	Memindai lingkungan untuk mencari peluang baru benar-benar membuat saya bersemangat.		
			EP 5	Menemukan solusi baru terhadap masalah adalah bagian penting dari diri saya.		
4	<i>Entrepreneurial Opportunity</i>	Menurut (Chapter, n.d.) <i>Entrepreneurial Opportunity</i> adalah sebuah proses yang melibatkan individual atau kelompok yang menggunakan usaha dan sarana tertentu untuk menciptakan suatu nilai tumbuh guna memenuhi sebuah kebutuhan tanpa memperhatikan sumber daya yang dipergunakan.	EO 1	Saya selalu waspada terhadap peluang baru yang diwakili oleh produk baru dan pasar baru		(Z. Li et al., 2022) Impact of different types of entrepreneurial alertness on entrepreneurial opportunities identification
			EO 2	Saya selalu waspada terhadap peluang baru yang diwakili oleh produk baru dan pasar baru	Likert 1 - 5	
			EO 3	Lebih mudah bagi kita untuk melihat potensi peluang baru		
			EO 4	Saya bertekad untuk memanfaatkan setiap peluang baru yang ada.		
5	<i>Entrepreneurial Intention</i>	Menurut (Faradillah & Utami, 2023) adalah Semangat dan pilihan pertama seseorang untuk mendirikan bisnis baru dikenal sebagai	EI 1	Saya siap melakukan apapun untuk menjadi wirausaha		(C. Li et al., 2020) Entrepreneurial Passion to Entrepreneurial Behavior: Role of Entrepreneurial

		<i>entrepreneurial intention.</i>	EI 2	Tujuan profesional saya adalah menjadi seorang wirausaha	Likert 1 - 5	Alertness, Entrepreneurial Self-Efficacy and Proactive Personality
			EI 3	Saya akan melakukan segala upaya untuk memulai dan menjalankan perusahaan saya sendiri		
			EI 4	Saya bertekad untuk mendirikan perusahaan di masa depan		
			EI 5	Saya memiliki niat kuat untuk memulai sebuah perusahaan suatu hari nanti		

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

(Rusli, 2014) menegaskan pentingnya uji validitas sebagai metode untuk mengonfirmasi keabsahan indikator dalam penelitian. Skala validitas merujuk pada tingkat keakuratan skala observasi dalam menggambarkan karakteristik atau objek yang sedang diteliti; skala yang mempunyai validitas tinggi menandakan bahwa penelitian tersebut mempunyai kevalidan yang kuat.

Dalam konteks penelitian ini, IBM SPSS *Statistics* 25 dipergunakan untuk mengevaluasi validitas dari setiap indikator. Uji validitas mengandalkan beberapa alat ukur, termasuk Kaise-Meyer-Olkin (KMO) dan *Bartlett's Test of Sphericity*, *Measure of Sampling Adequacy* (MSA), dan *Component Matrix*. Sebuah indikator dianggap valid jika nilai KMO-nya sama dengan atau lebih

besar dari 0.5, merujuk Kaiser (1970). Nilai signifikansi (*Sig.*) harus kurang dari 0.05 untuk memperlihatkan signifikansi statistik, sebagaimana disarankan oleh Hair *et al.* (2010). MSA juga harus lebih dari atau sama dengan 0.5, dan *factor loading* dari *Component Matrix* perlu meraih atau melebihi 0.5 untuk mengindikasikan validitas yang memadai.

Terkait uji reliabilitas, (Rusli, 2014) mendeskripsikannya sebagai ukuran konsistensi dalam penelitian. Tingkat kehandalan atau reliabilitas dapat diamati melalui konsistensi jawaban responden terhadap pernyataan dalam kuesioner.

Untuk mengukur korelasi antar jawaban responden terhadap variabel yang sama, dipergunakanlah nilai *Cronbach's alpha*. Sebuah variabel dianggap mempunyai reliabilitas yang baik jika nilai *Cronbach's alpha*-nya 0.6 atau lebih tinggi, yang mengindikasikan bahwa variabel tersebut dapat diandalkan dalam menghasilkan data yang konsisten.

3.6.2 Analisis Data Penelitian

Dalam melakukan data penelitian ini, peneliti menggunakan metode *Multiple Linear Regression* (MLR). *Multiple Linear Regression* merupakan teknik statistik yang banyak digunakan memodelkan hubungan variabel Dependent dan Independent. Kegunaannya yaitu membuat model guna memprediksi nilai dari suatu variabel.

3.6.3 Uji Asumsi Klasik

Menurut (Rusli, 2014) uji asumsi klasik diperlukan dalam analisis regresi linear berganda untuk memastikan data bebas dari bias dan akurat dalam

estimasi. Uji ini mengevaluasi model regresi agar memenuhi kriteria *BLUE* (*Best Linear Unbiased Estimator*), yang menuntut pemenuhan tiga asumsi dasar: tidak adanya autokorelasi, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Untuk memastikan ketiga asumsi ini terpenuhi, dilakukan uji normalitas untuk menilai distribusi data, uji multikolinearitas untuk memeriksa adanya ketergantungan linear antar variabel independen, dan uji heteroskedastisitas untuk menguji konsistensi varians error sepanjang observasi.

3.6.3.1 Uji Normalitas

(Sugiono, 2019) menyatakan bahwa uji multikolinearitas bertujuan untuk mendeteksi keberadaan korelasi di antara variabel independen dalam sebuah model regresi. Kehadiran multikolinearitas dapat mengganggu keakuratan hasil estimasi model. Untuk menilai multikolinearitas, dipergunakan dua parameter: *Variance Inflation Factor* (VIF) dan nilai tolerance. Sebuah model dikategorikan mengalami multikolinearitas jika nilai VIF meraih atau melebihi 10, dan nilai tolerance kurang dari atau sama dengan 0,10. Nilai ini memperlihatkan adanya korelasi yang tinggi antar variabel independen, yang dapat mengurangi keandalan model regresi.

3.6.3.2 Uji Multikolonieritas

Dalam konteks yang sama, (Sugiono, 2019) juga menguraikan uji heteroskedastisitas yang bertujuan untuk mengecek apakah terdapat inkonsistensi varian dari residu di antara berbagai pengamatan dalam

model regresi. Sebuah model dianggap mempunyai homoskedastisitas jika varian residu konstan, dan heteroskedastisitas jika varian residu bervariasi. Metode yang dipergunakan untuk mendeteksi heteroskedastisitas adalah dengan analisis *scatterplot* dan uji Park. *Scatterplot* dipergunakan untuk mengamati pola distribusi residu; jika pola tersebut terlihat tidak acak dan membentuk suatu pola tertentu, maka ini memperlihatkan adanya heteroskedastisitas. Sementara itu, uji Park menggunakan nilai signifikansi (*Sig.*); jika nilai *Sig.* kurang dari 0,05, maka model dianggap mengalami heteroskedastisitas.

3.6.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji normalitas yang bertujuan untuk menguji distribusi normalitas data dalam penelitian. Untuk menentukan normalitas distribusi data, histogram dan *P-P Plot* dipergunakan. Histogram memberikan visualisasi frekuensi data dan harus memperlihatkan pola distribusi normal. Pada *P-P Plot*, data yang terdistribusi normal akan menyebar dekat dan mengikuti garis diagonal. Selain itu, uji *Kolmogorov-Smirnov* merupakan metode lain yang diaplikasikan, dengan nilai *Sig.* yang diharapkan lebih dari atau sama dengan 0,05 untuk mengonfirmasi bahwa data berdistribusi normal. Konsistensi distribusi normal ini penting karena banyak teknik statistik memerlukan asumsi bahwa data diambil dari distribusi yang normal (Ghozali (2018)).

3.6.4 Uji Hipotesis

3.6.4.1 Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

(Rusli, 2014) menyebutkan bahwa uji signifikansi simultan adalah metodologi statistik untuk menentukan apakah semua variabel independen dalam suatu model mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersamaan terhadap variabel dependen. Dalam uji ini, keseluruhan variabel independen dianggap berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen jika nilai F hitung lebih tinggi dari nilai F tabel. Dan juga nilai signifikansi (*Sig.*) akan diperhatikan dikarenakan jika nilai ini kurang dari 0,05, maka variabel independen secara keseluruhan dianggap mempunyai pengaruh yang signifikan.

Untuk memperjelas konsep ini, kita dapat merujuk pada hipotesis yang terlibat:

- Hipotesis Nol (H_0): $b_1 = b_2 = \dots = b_k = 0$. Hipotesis ini menyatakan bahwa tidak ada satupun variabel independen yang memberikan kontribusi signifikan terhadap variabel dependen. Dengan kata lain, model regresi tidak efektif dalam menjelaskan variasi dalam variabel dependen.
- Hipotesis Alternatif (H_A): $b_1 \neq b_2 \neq \dots \neq b_k \neq 0$. Hipotesis ini menyiratkan bahwa terdapat satu atau lebih variabel independen yang memberikan kontribusi signifikan terhadap variabel dependen. Ini memperlihatkan bahwa model regresi secara keseluruhan efektif dalam menjelaskan variabel dependen.

Dalam konteks penelitian, penolakan H_0 dan penerimaan H_A berarti bahwa model regresi yang diuji secara keseluruhan relevan dan signifikan dalam menjelaskan hubungan antara variabel independen dan dependen.

3.6.4.2 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji signifikansi parameter individual, seperti yang dijelaskan oleh (Dianti, 2017). Uji ini bertujuan untuk menilai apakah masing-masing variabel independen mempunyai pengaruh yang signifikan secara individual terhadap variabel dependen. Dalam menentukan signifikansi

suatu variabel, peneliti mengandalkan pada nilai signifikansi (*Sig.*); jika nilai ini kurang dari 0,05, maka variabel independen dianggap memberikan pengaruh signifikan. Selain itu, peneliti juga membandingkan nilai *t* hitung dengan nilai *t* tabel untuk mengambil keputusan.

Dua hipotesis yang dibentuk dalam konteks uji ini adalah sebagai berikut:

- Hipotesis Nol (H_0): $b_i = 0$. Hipotesis ini menyatakan bahwa variabel independen tertentu tidak memberikan kontribusi yang signifikan terhadap variabel dependen. Ini berarti bahwa variabel tersebut tidak mempunyai efek yang signifikan dalam model.
- Hipotesis Alternatif (H_A): $b_i \neq 0$. Hipotesis ini menyiratkan bahwa variabel independen yang diuji mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Ini memperlihatkan bahwa variabel tersebut memberikan kontribusi penting dalam model regresi.

Uji signifikansi parameter individual ini penting untuk memahami

kontribusi spesifik dari setiap variabel independen dalam model terhadap variabel dependen, membantu dalam menentukan variabel mana yang mempunyai efek yang paling signifikan.

3.6.4.3 Uji Regresi Linier Berganda

Pada penelitian ini, digunakan analisis regresi linear berganda karena variabel bebasnya (independen) lebih dari satu. Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh empat variabel independen, yaitu *Entrepreneurial Education*, *Entrepreneurial Self-Efficacy*, *Entrepreneurial Passion*, dan *Entrepreneurial Opportunity* terhadap satu variabel dependen yaitu *Entrepreneurial Intention* yang ditampilkan dalam bentuk persamaan regresi. Persamaan regresi linear berganda pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

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

Keterangan :

- Y : *Entrepreneurial Intention*
a : Konstanta
b₁ : Koefisien Regresi Variabel *Entrepreneurial Education*
b₂ : Koefisien Regresi Variabel *Entrepreneurial Self-Efficacy*
b₃ : Koefisien Regresi Variabel *Entrepreneurial Passion*
b₄ : Koefisien Regresi Variabel *Entrepreneurial Opportunity*
X₁ : *Entrepreneurial Education*
X₂ : *Entrepreneurial Self-Efficacy*
X₃ : *Entrepreneurial Passion*
X₄ : *Entrepreneurial Opportunity*
e : Standar error

3.7 Uji Koefisien Determinasi R^2

Uji koefisien determinasi merujuk (Dianti, 2017) dipergunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat. Nilai koefisien determinasi berkisar antara 0 sampai dengan 1 merujuk Santoso dalam Luwihono dan Palpialy (2021) menyatakan bahwa model regresi dengan lebih dari dua variabel bebas, maka menggunakan *Adjusted R²* mendekati angka 0 maka hal itu menunjukkan bahwa semakin kurangnya kemampuan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat, sedangkan apabila *Adjusted R²* mendekati 1 maka menunjukkan bahwa semakin baik kemampuan variabel – variabel bebas atau bahkan memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk menjelaskan variabel terikat.

3.8 Uji Hipotesis

3.8.1 Uji T (Parsial)

Uji t dipergunakan dalam penelitian ini untuk menentukan apakah variabel terikat, entrepreneurial intention, dipengaruhi secara parsial atau individual oleh masing-masing variabel bebas, yaitu *entrepreneurial education*, *entrepreneurial self-efficacy*, *entrepreneurial passion*, dan *entrepreneurial opportunity*. Pengujian ini dilakukan dengan taraf signifikansi 5%. Kriteria berikut dipergunakan untuk menentukan penerimaan atau penolakan hipotesis:

- a) Jika t hitung kurang dari t tabel dan nilai signifikansi lebih dari 0,05, maka H_0 diterima, H_a ditolak. Ini memperlihatkan bahwa variabel bebas secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

- b) Jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ dan nilai signifikansi $< 0,05$ maka H_a diterima, H_o ditolak. Ini berarti variabel bebas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat

3.8.2 Uji F (Simultan)

Menurut (Dianti, 2017), uji F dipergunakan untuk menentukan apakah variabel bebas mempengaruhi variabel terikat secara bersamaan atau secara bersamaan. Pengujian ini menggunakan taraf signifikansi 5%. Kriteria berikut dipergunakan untuk menentukan penerimaan atau penolakan hipotesis:

- a) Jika $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$ dan nilai signifikansi $< 0,05$, maka H_o diterima, H_a ditolak
- b) Jika $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$ dan nilai signifikansi $< 0,05$, maka H_o diterima, H_a ditolak. Ini memperlihatkan bahwa variabel bebas secara bersamaan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.