

## BAB III METODOLOGI PENELITIAN

### 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menilai dan menganalisis niat para mahasiswa generasi Z yang tengah mengikuti atau telah mengambil mata kuliah kewirausahaan dengan berfokus pada niat untuk menjadi *sociopreneur*.

#### 1.1.1 Generasi Z

Dalam beberapa tahun terakhir, seringkali kita mendengar istilah-istilah seperti *baby boomer*, generasi milenial, dan generasi Z, yang merupakan panggilan untuk berbagai kelompok manusia dalam kehidupan saat ini. Meskipun semua terlahir sebagai manusia, setiap generasi memiliki karakteristik yang berbeda, dipengaruhi oleh perkembangan zaman. Generasi Z mencakup individu yang lahir dari tahun 1996 hingga 2012. Dengan kata lain, Gen Z merupakan generasi yang muncul setelah milenial. Dengan demikian, pada tahun 2022, kelompok usia 9-26 tahun termasuk dalam kategori generasi Z (Sampoerna University, 2022b). Studi yang dilakukan oleh Stillman (2017) menyatakan bahwa generasi Z merupakan generasi kerja terkini, yang lahir antara tahun 1995 hingga 2012 dan sering disebut sebagai generasi *net* atau generasi *internet*. Berdasarkan penelitian tersebut, generasi Z dibedakan dari generasi Y atau milenial. Dalam bukunya yang berjudul “*How the Next Generation Is Transforming the Workplace*” yang diterbitkan pada tahun 2017, Stillman menjelaskan perbedaannya. Salah satu perbedaan utama antara generasi Y dan generasi Z adalah bahwa generasi Z memiliki penguasaan teknologi yang lebih canggih, pikiran yang lebih terbuka, dan kurang peduli terhadap norma-norma yang ada (Haryanto, 2020).

Temuan dari penelitian yang dilakukan oleh Bencsik dan Machova (2016) menunjukkan bahwa kemajuan Generasi Z sejalan dengan proses digitalisasi, sehingga generasi ini memiliki kecenderungan untuk dengan cepat mengakses informasi. Selain itu, Generasi Z juga tumbuh dengan kecerdasan, keahlian teknologi, dan kreativitas yang tinggi. Digitalisasi dan keberadaan generasi internet ini memberikan tantangan dalam berbagai sektor, seperti dalam bidang media massa. Di sini, Generasi Z perlu berupaya mengembangkan diri dengan memanfaatkan platform digital agar dapat mengikuti

perkembangan internet dan menyesuaikan diri dengan karakteristik Generasi Z sebagai konsumen media massa, sebagaimana dijelaskan oleh Zuhra (2017) (Astuti, 2022). Pada tahun 2017, Deloitte menyampaikan bahwa dalam waktu empat tahun berikutnya, Gen Z akan membentuk lebih dari 20% dari total anggota tenaga kerja dalam sebuah organisasi. Namun, perhatian terhadap kehadiran Gen Z di tempat kerja tampaknya kurang mendapat perhatian yang sebanding dengan fokus pada Generasi Y atau milenial. Berdasarkan beberapa penelitian sebelumnya, Gen Z adalah kelompok yang lahir setelah tahun 1995 (Brown, 2020; Francis & Hoefel, 2018; Linnes & Metcalf, 2017), sering juga disebut sebagai generasi pasca-milenial (Sakitri, 2021).

Maka dari itu bahwa dalam beberapa tahun terakhir, istilah-istilah seperti *baby boomer*, generasi milenial, dan generasi Z digunakan untuk membedakan karakteristik antara berbagai generasi manusia. Generasi Z, yang lahir antara tahun 1996 hingga 2012, dianggap sebagai generasi penerus milenial dengan keahlian teknologi yang lebih maju, pemikiran yang lebih terbuka, dan sikap kurang peduli terhadap norma-norma konvensional. Penelitian menunjukkan bahwa Generasi Z tumbuh seiring dengan era digitalisasi, memberikan mereka akses cepat terhadap informasi, tingkat kecerdasan, keterampilan teknologi, dan kreativitas yang lebih tinggi. Dalam konteks pekerjaan, Deloitte memproyeksikan bahwa Gen Z akan menyumbang lebih dari 20% dari angkatan kerja dalam organisasi dalam empat tahun mendatang. Meskipun demikian, diskusi tentang peran Gen Z di dunia kerja cenderung kurang intens dibandingkan perhatian sebelumnya yang diberikan pada Generasi Y atau milenial. Generasi Z diakui sebagai generasi pasca-milenial, dan tantangan terkait digitalisasi mendorong mereka untuk beradaptasi dengan platform digital dan karakteristik konsumen media massa.

### **1.1.2 Wilayah Provinsi Jakarta**



Gambar 3. 1 Wilayah Jakarta

Sumber: BPK RI

Berdasarkan pada gambar 3.1 yang merupakan wilayah Jakarta, Merujuk kepada informasi dari situs jakarta.bpk.go.id, asal-usul nama kota Jakarta dapat ditarik kembali hingga abad ke-14. Pada masa tersebut, kota Jakarta dikenal sebagai Sunda Kelapa, berfungsi sebagai pelabuhan kerajaan Pajajaran. Pada tanggal 22 Juni 1527, Fatahillah mengganti nama kota tersebut menjadi Jayakarta. Catatan Sejarah mencatat bahwa pada 4 Maret 1621, Belanda pertama kali membentuk pemerintahan kota di Jakarta dan memberinya nama *Stad Batavia*. Walaupun demikian, selama masa pemerintahan Jepang, Batavia diubah menjadi Jakarta. Setelah Indonesia meraih kemerdekaannya, tepatnya pada bulan September 1945, pemerintah kota Jakarta dinamai “Pemerintah Nasional Kota Jakarta (Kumparan, 2023). Secara internasional, Jakarta dikenal dengan julukan *J-Town* atau yang lebih terkenal sebagai *The Big Durian*, karena dianggap setara dengan *New York City* (Big Apple) di Indonesia. Jakarta memiliki luas wilayah sekitar 661,52 km<sup>2</sup> (dengan lautan seluas 6.977,5 km<sup>2</sup>) dan jumlah penduduk mencapai 10.187.595 jiwa pada tahun 2011. Wilayah metropolitan Jakarta, yang dikenal sebagai Jabodetabek, memiliki jumlah penduduk sekitar 28 juta jiwa, menjadikannya metropolitan terbesar di Asia Tenggara dan peringkat kedua di dunia. Sebagai pusat bisnis, politik, dan kebudayaan, Jakarta menjadi lokasi kantor pusat

Badan Usaha Milik Negara (BUMN), perusahaan swasta, dan perusahaan asing. Kota ini juga menjadi markas lembaga pemerintahan dan kantor sekretariat ASEAN. Jakarta memiliki dua bandara, yaitu Bandara Soekarno-Hatta dan Bandara Halim Perdanakusuma, serta tiga pelabuhan laut di Tanjung Priok, Sunda Kelapa, dan Ancol (Government, 2023).

Misi Pemerintah Provinsi DKI Jakarta terfokus pada beberapa aspek, antara lain:

- Membuat Jakarta menjadi sebuah kota yang aman, sehat, cerdas, dan berbudaya, dengan meningkatkan nilai-nilai keluarga dan memberikan ruang kreativitas melalui kepemimpinan yang melibatkan, menggerakkan, dan menghargai kemanusiaan.
- Meningkatkan kesejahteraan umum di Jakarta dengan cara menciptakan lapangan kerja, menjamin stabilitas dan keterjangkauan kebutuhan pokok, meningkatkan keadilan sosial, mempercepat pembangunan infrastruktur, memudahkan investasi dan berbisnis, serta meningkatkan tata ruang kota.
- Membuat Jakarta menjadi tempat di mana para pejabat negara dapat bekerja, melayani, dan menyelesaikan masalah kota dan warga dengan cara yang efektif, meritokratis, dan berintegritas.
- Mewujudkan Jakarta sebagai kota yang lestari dengan melibatkan pembangunan dan tata kehidupan yang memperkuat daya dukung lingkungan dan sosial.
- Menjadikan Jakarta sebagai ibukota yang dinamis, menjadi pusat kemajuan Indonesia yang ditandai oleh prinsip-prinsip keadilan, kebangsaan, dan keberagaman.
- Menjadikan Jakarta sebagai kota yang *modern* yang sesuai dengan perkembangan zaman pada setiap generasi seperti sekarang generasi z yang dimana jumlah penduduk generasi z yang berada di Jakarta mencapai 2 297 094 juta jiwa pada tahun 2020.

## 1.2 Desain Penelitian

Definisi desain penelitian merujuk pada strategi yang diputuskan oleh peneliti guna secara terstruktur menggabungkan semua unsur penelitian, secara logis dan sistematis, demi menyelidiki serta menganalisis aspek yang menjadi pokok perhatian dalam studi tersebut (Universitas Pendidikan Ganesha, 2019). Pada dasarnya, desain penelitian dijelaskan sebagai taktik yang diterapkan oleh peneliti untuk mengintegrasikan elemen-elemen penelitian secara teratur, meningkatkan efektivitas dan efisiensi dalam proses analisis, serta membantu dalam menetapkan fokus penelitian secara lebih efisien (Salmaa, 2023a). Menurut Malhotra et al.,

(2017) (Lukman, 2021), ada dua jenis desain penelitian di dalam bukunya yang dapat digunakan untuk melakukan penelitian, antara lain:

1. *Exploratory Research*, Didefinisikan sebagai penelitian yang bertujuan untuk memahami dan memberikan informasi tentang situasi atau masalah yang sedang dialami oleh peneliti.
2. *Conclusive Research Design*, merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengambil keputusan, menentukan, mengevaluasi, dan memilih alternatif sebagai upaya untuk memecahkan suatu masalah yang ada. *Conclusive research* terdiri dari 2 *Research Design*, yakni:
  - a. *Descriptive Research*, Didefinisikan sebagai penelitian yang bertujuan mendeskripsikan sesuatu secara mengenai ciri-ciri ataupun fungsi pasar. Dengan menentukan metode dalam memilih sumber informasi untuk pengumpulan data.
  - b. *Causal Research*, adalah penelitian yang bertujuan untuk menguji dan memperoleh bukti adanya hubungan sebab akibat antar variabel. Dengan memahami variabel yang menjadi penyebab (variabel bebas) dan variabel mana yang mempengaruhi (variabel terikat) dari suatu fenomena yang ada.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan *Conclusive Research Design* untuk mengambil keputusan, menentukan, mengevaluasi, memilih beberapa alternatif dan untuk menganalisis serta menguji hubungan hipotesis antar variabel, serta *Descriptive Research Design* untuk mendeskripsikan sesuatu secara mengenai ciri-ciri atau kriteria kuesioner serta responden seperti apa yang penulis inginkan. Metode *survey* dilaksanakan dengan menyebarkan kuesioner kepada para responden (sampel dari sebuah populasi). Adapun responden diminta untuk menjawab pertanyaan yang diajukan oleh peneliti di dalam kuesioner dengan memberikan nilai antara 1 (sangat tidak setuju) sampai 5 (sangat setuju) skala *likert*.

### **1.3 Populasi dan Sampel Penelitian**

#### **1.3.1 Populasi**

Populasi mencakup total subjek yang menjadi fokus penelitian seorang peneliti. Sebagai contoh, dalam suatu penelitian, 1000 orang dapat dianggap sebagai populasi karena terlibat dalam penelitian tersebut. Dalam perspektif lain, populasi dapat diartikan secara harfiah sebagai seluruh variabel yang terkait dengan topik penelitian. Sabar (2007) mendefinisikan populasi sebagai keseluruhan objek penelitian. Jika penelitian

melibatkan semua elemen dalam wilayah penelitian, maka disebut sebagai penelitian populasi, studi populasi, atau studi sensus. Menurut Margono (2004), populasi mencakup seluruh data yang menjadi pusat perhatian peneliti dalam batasan ruang lingkup dan waktu tertentu. Kaitannya dengan data, jika seseorang memberikan suatu data, maka jumlah populasi akan sebanding dengan jumlah manusia yang memberikan data tersebut (Syafnidawaty, 2020). Gulo menyampaikan bahwa populasi adalah totalitas satuan analisis yang menjadi fokus penelitian. Menurut Arikunto, definisi populasi melibatkan seluruh objek penelitian, termasuk manusia, nilai-nilai, benda-benda, dan peristiwa yang dijadikan sebagai sumber data penelitian (Sampoerna University, 2022). Dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis, populasi yang terdapat pada penelitian dari penulis adalah para generasi z yang terdiri dari para siswa sma yang masih dalam bangku sekolah dengan umur 17 tahun sampai dengan mahasiswa yang berusia maksimal 23 tahun. Para responden populasi ini sudah dikategorikan oleh penulis bagi yang tinggal di Jakarta serta pernah mengikuti *Social Volunteer* dan juga bagi mereka yang belum memiliki bisnis sendiri. Populasi yang terdapat pada penelitian penulis mencapai 129 populasi.

Dalam penelitian yang penulis lakukan, populasi yang ada pada penelitian penulis yaitu khusus untuk generasi z yang berada di daerah Jakarta yang dimana secara populasi generasi z di Jakarta mencapai 2 297 094 juta jiwa yang tercatat pada tahun 2020 (BPS Jakarta, 2020).

### 1.3.2 Sampel

Sampel merupakan representasi atau bagian dari populasi yang memiliki sifat dan karakteristik serupa, yang dapat mencerminkan dan mewakili seluruh populasi yang sedang diteliti. Beberapa definisi sampel menurut para ahli, seperti yang disebutkan oleh Djarwanto, menyatakan bahwa sampel merupakan sebagian dari populasi yang karakteristiknya akan diinvestigasi. Sebuah sampel yang dianggap baik adalah yang bersifat representatif, yaitu mampu menggambarkan karakteristik populasi sehingga kesimpulannya dapat diterapkan pada seluruh populasi (Kurniawati, 2012). Dalam praktiknya, sampel digunakan untuk efisiensi dalam penghematan tenaga, waktu, dan biaya. Tujuannya juga melibatkan penentuan tingkat presisi yang diinginkan, yang ditentukan oleh perbedaan hasil yang diperoleh. Selain itu, penggunaan sampel memungkinkan perolehan data yang lebih cepat karena hanya sebagian kecil dari

populasi yang dianalisis. Ada beberapa metode yang dapat digunakan untuk menentukan sampel penelitian, di antaranya adalah menetapkan ukuran sampel berdasarkan tingkat keseragaman, perencanaan analisis, pertimbangan biaya, waktu, dan tenaga. Penting juga bahwa sampel dapat memberikan hasil keterangan yang representatif dan mudah dijangkau. Selanjutnya, penentuan kriteria sampel yang representatif bergantung pada aspek akurasi dan ketelitian. Terakhir, digunakan salah satu dari teknik pengambilan sampel seperti *probability* sampling dan non-*probability* sampling (Artrisdianti, 2023).

### 1.3.2.1 Teknik *Probability Sampling*

Secara umum, terdapat dua jenis Teknik sampling, yakni Teknik sampling probabilitas dan non probabilitas sampling. Pertama adalah teknik *probability sampling*. Teknik *probability sampling* merupakan pendekatan umum dalam pengambilan sampel untuk studi-studi seperti opini publik, polling pemilu, dan penelitian lainnya yang hasilnya akan diterapkan pada populasi yang lebih besar. Dalam konteks ini, penting untuk dicatat bahwa metode penelitian yang digunakan harus mewakili secara akurat populasi yang lebih luas. *Probability sampling* juga dapat diartikan sebagai metode pengambilan sampel yang melibatkan berbagai bentuk pemilihan acak. Untuk menerapkan metode pemilihan acak ini, seorang peneliti perlu merancang proses atau prosedur yang memastikan bahwa setiap unit dalam populasi memiliki probabilitas yang sama untuk dipilih. Menurut Sugiyono (2014), *probability sampling* didefinisikan sebagai teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang setara bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk menjadi bagian dari sampel (Salmaa, 2023). Dalam kategorinya, menurut Malhotra (Malhotra, 2017), *Probability Sampling* dapat dibagi menjadi lima jenis, antara lain:

1. *Systematic Random Sampling* (Sampel Random Sistematis), Metode ini melibatkan pengambilan sampel secara sistematis dengan interval atau jarak tertentu antara sampel yang dipilih. Peneliti harus memilih unsur populasi secara sistematis, dengan menentukan unsur populasi yang akan dijadikan sampel berdasarkan interval tertentu.
2. *Simple Random Sampling* (Sampel Acak Sederhana) adalah teknik pengambilan sampel yang dilakukan secara acak dari seluruh anggota populasi tanpa memperhatikan strata atau tingkatan dalam populasi tersebut. Pendekatan ini

digunakan ketika anggota populasi dianggap homogen atau sejenis. Pengambilan sampel dapat dilakukan melalui metode undian, penggunaan kalkulator, tabel angka acak, atau menggunakan komputer.

3. *Multistage Sampling* (Sampel Random Bertingkat), Metode pengambilan sampel yang melibatkan dua tahap atau lebih. Proses pengambilan sampel dilakukan secara bertingkat, baik dengan dua tahap atau lebih.
4. *Cluster Sampling* (Sampel Random Berkelompok)  
Pengambilan sampel dilakukan terhadap unit sampling, dimana unit samplingnya terdiri dari satu kelompok atau cluster. Setiap item atau individu di dalam kelompok yang terpilih akan diambil sebagai sampel.
5. *Stratified Random Sampling* (Sampel Random Berstrata), Pendekatan ini melibatkan pembagian populasi ke dalam kelompok homogen atau strata, dan dari setiap stratum tersebut, sampel diambil secara acak. Pendekatan ini digunakan ketika populasi bersifat heterogen atau tidak homogen.

#### **1.3.2.2 Teknik *Non Probability Sampling***

Teknik yang kedua adalah *non-probability sampling*. *Non-probability sampling* merujuk pada suatu metode pengambilan sampel di mana penelitian tersebut tidak memilih sampel secara acak, melainkan berdasarkan penilaian subjektif yang dilakukan oleh peneliti. Berbeda dengan pengambilan sampel probabilitas, dimana setiap anggota populasi target memiliki peluang yang sama untuk dipilih sebagai partisipan penelitian karena probabilitas dapat dihitung secara objektif. Pengambilan sampel non-probabilitas biasanya diterapkan dalam konteks penelitian kualitatif atau eksploratif, dan sering kali melibatkan pengamatan. Teknik pengambilan sampel non-probabilitas menjadi pilihan karena relatif lebih mudah diterapkan dan hasilnya sangat bergantung pada keahlian peneliti. Hal ini memungkinkan peneliti untuk menghemat biaya atau waktu, terutama ketika kondisi tertentu tidak memungkinkan penggunaan pengambilan sampel probabilitas acak. Dengan pendekatan ini, peneliti mempertimbangkan pengetahuan dan keahlian pribadi mereka dalam memilih sampel yang dianggap relevan atau mewakili populasi yang ingin diteliti (Longe, 2023). Referensi buku “Metode Penelitian Hukum: Doktrinal dan Non-Doktrinal” oleh Nurul Qamar & Farah Syah Rezah (2020) menyatakan bahwa *non-probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang mengharuskan peneliti untuk bersikap jujur dalam



melaksanakan metode penelitian (Berita Terkini, 2023). Sugiyono (2015:84) menjelaskan *Non-Probability Sampling* sebagai metode yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang setara bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk menjadi bagian dari sampel (Rizaldi, 2017). Dalam penerapan *non-probability sampling* (Fadia, 2023), terdapat lima jenis, di antaranya:

1. *Convenience/Accidental Sampling* (Sampel Kebetulan) atau sering disebut *accidental sampling*, adalah teknik pengambilan sampel yang paling mudah dan nyaman karena peneliti mengambil sampel dari orang yang kebetulan berada di lokasi penelitian. Peneliti dapat pergi ke tempat-tempat umum seperti halte, sekolah, mal, kafe, universitas, dan mengambil sampel dari individu yang secara kebetulan berada di sana.
2. *Purposive Sampling* (Sampel dengan Kriteria Tertentu), pada jenis ini melibatkan pengambilan sampel dengan karakteristik khusus yang ditetapkan oleh peneliti. Dalam teknik ini, peneliti memilih sampel berdasarkan kriteria tertentu, membatasi pilihan hanya pada individu yang sesuai dengan karakteristik yang diinginkan. Contohnya, peneliti mungkin hanya memilih dosen di Universitas A yang memiliki gelar profesor atau mahasiswa jurusan X dengan IPK 4.
3. *Quota Sampling* (Sampel Kuota), serupa dengan *stratified sampling*, di mana peneliti mengelompokkan populasi terlebih dahulu. Perbedaannya terletak pada pengambilan sampel dari setiap kelompok, yang tidak dilakukan secara acak tetapi berdasarkan keinginan peneliti dan ditentukan sebelumnya. Jumlah sampel dari setiap kelompok dibatasi atau diberikan kuota.
4. *Saturation Sampling* (Sampel Jenuh), jenis *non probability sampling* yang melibatkan pengambilan sampel yang mencakup semua anggota populasi. Teknik ini cocok untuk populasi kecil. Misalnya, jika subjek penelitian adalah mahasiswa berprestasi di jurusan Ilmu Komunikasi pada tahun 2023, peneliti bisa memilih satu mahasiswa dari setiap angkatan, menghasilkan jumlah sampel yang terbatas.
5. *Snowball Sampling* (Sampel Bola Salju), melibatkan pengambilan sampel yang dilakukan secara berantai, dari ukuran kecil hingga ukuran besar, seperti bola salju yang bergulir. Teknik ini digunakan ketika peneliti kesulitan menemukan subjek penelitian, terutama jika komunitas yang ingin diteliti dianggap tabu atau

kontroversial. Peneliti mendapatkan satu narasumber dan kemudian mendapat referensi dari narasumber tersebut untuk menemukan anggota lain dalam populasi.

Pada penelitian yang dilaksanakan oleh penulis yang berjudul “*Pengaruh Experience, Empathy, Moral Obligations, Self-Efficacy dan Perceived Social Support Terhadap Social Entrepreneurship Intentions Pada Generasi Z di Jakarta*” menggunakan teknik penelitian probabilitas *non sampling*, hal ini dikarenakan pada saat penulis membuat pertanyaan *survey* dan ingin menyebarkannya, para responden yang ingin penulis harapkan yaitu sesuai dengan kriteria yang dibuat oleh penulis seperti para responden yang berada pada generasi z berusia 17-23 tahun, tinggal di Jakarta, pernah melakukan kegiatan sosial, dan belum pernah memiliki atau mendirikan bisnis sendiri. Ketika penulis sudah menyebarkan kuesioner yang sudah dibuat dan telah mendapatkan responden sebanyak 133, data tersebut diseleksi lagi oleh penulis untuk ditinjau kembali apakah data responden tersebut sesuai dengan kriteria yang dibuat oleh penulis. Jika ada beberapa responden yang tidak menjawab sesuai dengan kriteria yang dibuat penulis, maka data tersebut harus dihapus hingga data yang tersisa dapat penulis telah sesuai dengan kriteria dan dapat penulis gunakan untuk melanjutkan analisis data di *aplikasi Software IBM SPSS Statistics dan SmartPLS*.

#### **1.4 Sampling Size**

Menurut Malhotra et al., (2017), ukuran sampel merujuk pada unit dasar yang memuat elemen dari populasi dan digunakan sebagai representasi. Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa jumlah sampel mencukupi untuk mengatasi pertanyaan yang akan disajikan dalam kuesioner penelitian (Putra, 2021).

Dalam konteks ini, Hair et al., (2014) merekomendasikan bahwa peneliti sebaiknya menggunakan ukuran sampel minimum lima pengukuran per variabel, sehingga dapat diasumsikan sebagai  $n \times 5$  observasi. Dengan demikian, jumlah sampel yang diperlukan setidaknya sebanyak  $19 \times 5$ , yakni 95 responden, untuk memenuhi kriteria tersebut (Pradeska, 2022).

#### **1.5 Teknik Pengumpulan Data**

Pada penelitian yang dilakukan oleh penulis, terdapat 2 teknik pengumpulan data yang diterapkan oleh penulis, yakni metode *survey research*. Pada metode survei dilakukan dengan menyusun serangkaian pertanyaan atau pernyataan dalam format kuesioner. Kuesioner tersebut kemudian disebarakan kepada responden yang telah memenuhi karakteristik yang telah ditetapkan oleh peneliti. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan memanfaatkan *Google Form* sebagai alat untuk mengumpulkan data primer. Sumber data sekunder diperoleh dari jurnal, buku ilmiah, dan laman web yang dianggap relevan dan dapat mendukung penelitian. Langkah-langkah pengumpulan data dalam penelitian ini mencakup:

1. Pengumpulan dan penyortiran berbagai jurnal penelitian, buku ilmiah, dan laman *web* yang relevan untuk digunakan sebagai data sekunder.
2. Pemilihan jurnal utama sebagai acuan dalam menyusun indikator penelitian dan pernyataan kuesioner. Peneliti mengadaptasi dan mengubah bahasa serta struktur kalimat agar responden memahami dengan maksimal.
3. *Pretest* dilakukan secara *online* kepada 49 responden melalui *Google Form* untuk menguji validitas dan reliabilitas indikator dan pernyataan yang telah disusun pada aplikasi *IBM SPSS*.
4. Pengelolaan data *pretest* menggunakan aplikasi *SmartPLS* untuk menghasilkan uji validitas dan reliabilitas. Serta dilakukan penambahan terhadap responden untuk uji *main-test* di *SmartPLS* yang Dimana respondennya mencapai 133 responden.
5. Jika indikator dan pernyataan pada *pretest* dinilai valid dan reliabel, penelitian dilanjutkan ke tahap *main test*.
6. Analisis dilakukan terhadap pengaruh *Experience, Empathy, Moral Obligation, Self-Efficacy* dan *Perceived Social Support* Terhadap *Social Entrepreneurship Intentions* Pada Generasi Z di Jakarta, dengan mengolah data *main test* menggunakan aplikasi *SmartPLS* untuk mendapatkan uji konvergen, validitas diskriminan, dan model struktural.

## 1.6 Tabel Operasional

Berdasarkan pada tabel 3.1, pada penelitian yang dikerjakan oleh penulis mempunyai 6 variabel, yaitu *Experience, Empathy, Moral Obligation, Self-Efficacy, Perceived Social Support* dan *Social Entrepreneurship*. Kemudian juga penelitian ini menggunakan skala *likert* dari 1-5 dari angka 1 yang menunjukkan sangat tidak setuju hingga angka 5 yang menunjukkan sangat setuju.

Tabel 3. 1 Tabel Operasional

Variabel	Definisi Operasional	Pertanyaan dalam Bahasa English	Terjemahan Bahasa Indonesia	Jurnal Referensi	Skala
1	Empathy menurut E.B. Tichener (1996), empati adalah perasaan yang muncul dalam diri seseorang akibat adanya proses peniruan secara fisik yang akhirnya mampu menciptakan perasaan serupa.	<i>When thinking about socially disadvantaged people. I try to put myself in their shoes</i>	Ketika berpikir tentang orang-orang yang kurang beruntung secara sosial. Saya mencoba menempatkan diri saya pada posisi mereka	Jose Milton de Sousa-Filho, Stelvia Matos, Samara da Silva Trajano, Bruno de Souza Lessa a (2020)	Likert 1-5
		<i>Seeing socially disadvantaged people triggers an emotional response in me.</i>	Melihat orang-orang yang kurang beruntung secara sosial, memicu respons emosional dalam diri saya.		
		<i>I feel compassion for socially marginalized people</i>	Saya merasa iba terhadap orang-orang yang terpinggirkan secara sosial		
2	Kewajiban moral, seperti etika, prinsip hidup, dan perasaan bersalah, adalah moral individu yang bersifat personal dan tidak selalu dimiliki oleh setiap orang. Kaitannya dengan pemenuhan kewajiban perpajakan	<i>It is an ethical responsibility to help people less fortunate than ourselves</i>	Membantu orang-orang yang kurang beruntung dibandingkan diri kita sendiri merupakan tanggung jawab etis	Jose Milton de Sousa-Filho, Stelvia Matos, Samara da Silva Trajano, Bruno de Souza Lessa a (2020)	Likert 1-5
		<i>We are morally obliged to help socially disadvantaged people.</i>	Kita berkewajiban secara moral untuk membantu orang-orang yang kurang beruntung secara sosial.		
		<i>Social justice requires that we help those who are less fortunate than ourselves.</i>	Keadilan sosial mengharuskan kita untuk membantu mereka yang kurang beruntung dari kita		

		<p>n menunjukkan bahwa kesadaran masyarakat akan status sebagai warga Negara yang patuh terhadap hukum dapat mendorong kepatuhan dalam melaksanakan kewajiban perpajakan</p>				
3	Self-Efficacy	<p>Nuzulia (2010: 100) mengatakan pada dasarnya Self-Efficacy adalah hasil dari proses kognitif berupa keputusan, keyakinan atau pengharapan tentang sejauhmana individu memperkirakan kemampuan dirinya dalam melaksanakan tugas</p>	<p><i>I am convinced that I personally can make a contribution to address societal challenges if I put my mind to it.</i></p> <p><i>I could figure out a way to help solve the problems that society faces.</i></p> <p><i>Solving societal problems is something each of us can contribute to.</i></p>	<p>Saya yakin bahwa saya secara pribadi dapat memberikan kontribusi untuk mengatasi masalah-masalah sosial jika saya fokus memikirkan hal tersebut</p> <p>Saya dapat menemukan cara untuk membantu memecahkan masalah yang dihadapi masyarakat.</p> <p>Memecahkan masalah-masalah sosial adalah sesuatu yang dapat dilakukan oleh setiap orang.</p>	Jose Milton de Sousa-Filho, Stelvia Matos, Samara da Silva Trajano, Bruno de Souza Lessa a (2020)	Likert 1-5

		atau tindakan tertentu yang diperlukan untuk mencapai hasil yang diinginkan.				
4	<i>Perceived Social Support</i>	Menurut Zimet, Dahlem, dan Farley (1988) <i>Perceived Social Support</i> adalah cara individu mengartikan ketersediaan sumber dukungan yang berasal dari orang terdekat yaitu keluarga teman ( <i>friends</i> ) dan orang penting lainnya ( <i>significant other</i> ) yang dapat meningkatkan kemampuan individu dalam menghadapi kesulitan yang dialami termasuk gejala dan	<p><i>People would support me if I wanted to start an organization to help socially marginalized people.</i></p> <p><i>If I planned to address a significant societal problem people would back me up.</i></p> <p><i>It is possible to attract investors for an organization that wants to solve social problems</i></p>	<p>Orang-orang akan mendukung saya jika saya ingin memulai sebuah organisasi untuk membantu orang-orang yang terpinggirkan secara sosial.</p> <p>Jika saya berencana untuk mengatasi masalah sosial yang signifikan, maka orang-orang akan mendukung saya.</p> <p>investor tertarik untuk berinvestasi pada organisasi yang berupaya menyelesaikan permasalahan-permasalahan sosial</p>	Jose Milton de Sousa-Filho, Stelvia Matos, Samara da Silva Trajano, Bruno de Souza Lessa (2020)	<i>Likert 1-5</i>

		peristiwa stres.				
5	<i>Social Entrepreneur</i>	Menurut Abu-Saifan (2012) <i>Social Entrepreneurship</i> adalah seseorang yang bergerak karena adanya perintah dan menggunakan pendekatan wirausaha nya untuk nantinya pendekatan tersebut akan berdampak positif kepada orang yang kurang beruntung .	<p><i>I expect that at some point in the future I will be involved in launching an organization that aims to solve social problems.</i></p> <p><i>I have a preliminary idea for a social enterprise on which I plan to act in the future.</i></p> <p><i>I plan to start a social enterprise</i></p>	<p>Di masa depan saya berencana untuk meluncurkan sebuah organisasi yang bertujuan untuk memecahkan masalah sosial.</p> <p>Saya memiliki ide awal untuk sebuah perusahaan sosial yang saya rencanakan di masa depan.</p> <p>Saya berencana untuk memulai bisnis yang memiliki dampak sosial</p>	Jose Milton de Sousa-Filho, Stelvia Matos, Samara da Silva Trajano, Bruno de Souza Lessa a (2020)	<i>Liker t 1-5</i>
6	<i>Experience</i>	Swastha dan Irawan (2008) menyatakan bahwa pengalaman merupakan faktor yang memengaruhi cara seseorang mengamati dan	<p><i>I have some experience working with social problems.</i></p> <p><i>I have volunteered or otherwise worked with social organizations.</i></p> <p><i>I know a lot about social organizations</i></p>	<p>Saya memiliki pengalaman bekerja dengan masalah sosial.</p> <p>Saya pernah menjadi sukarelawan atau bekerja dengan organisasi sosial.</p> <p>Saya tahu banyak tentang organisasi sosial</p>	Jose Milton de Sousa-Filho, Stelvia Matos, Samara da Silva Trajano, Bruno de Souza Lessa a (2020)	<i>Liker t 1-5</i>

	berperilaku. Pengalaman tersebut dapat berasal dari semua tindakan yang dilakukan di masa lalu atau dapat dipelajari, sebab dengan belajar seseorang dapat memperoleh pengalaman				
--	--	--	--	--	--

### 1.7 Teknik Analisis Data *Pre-Test*

Untuk melakukan analisis data *Pre-Test*, pentingnya untuk dilakukan dengan analisis faktor. Analisis faktor sendiri adalah sebuah metode yang digunakan untuk menjelaskan faktor suatu hubungan yang ada pada berbagai hasil indikator yang sudah dicari. Maka dari itu tujuan dari analisis faktor adalah untuk mengurangi suatu data serta mengidentifikasi sebab dan hubungan antar variabel (Hidayat, 2014). Kemudian juga terdapat fungsi dalam sebuah pembuatan analisis faktor, yaitu untuk menguji sebuah pengukuran dimensionalitas. Dimensi pengukuran merujuk pada jumlah atribut yang diukur oleh suatu alat ukur. Alat ukur unidimensi mengukur hanya satu atribut psikologis, sementara alat ukur multidimensi mengukur lebih dari satu atribut. Dalam domain psikologi, pengukuran cenderung bersifat unidimensi karena alat ukur yang dikembangkan oleh peneliti psikologi biasanya difokuskan pada satu target ukur. Sebagai contoh, skala kecemasan dirancang untuk mengukur eksklusif atribut kecemasan tanpa memasukkan atribut lainnya. Analisis faktor diperlukan untuk menentukan apakah alat ukur yang dibuat oleh peneliti mengukur satu atribut atau beberapa atribut sekaligus. Kemudian untuk fungsi yang kedua ialah untuk menguji komponen atau variabel menggunakan alat ukur.



Proses pengembangan alat ukur psikologi umumnya dimulai dengan menguraikan konsep menjadi komponen atau aspek konsep, sebelum kemudian diubah menjadi item-item berupa pernyataan skala. Untuk menilai sejauh mana item-item yang berasal dari komponen alat ukur mencerminkan komponen tersebut, diperlukan analisis faktor. Melalui analisis faktor, dapat pula diidentifikasi apakah terdapat keterkaitan antara komponen-komponen tersebut ataukah mereka bersifat independen (Yayasan UMN & Xeratic, 2021).

Dalam melakukan analisis faktor juga terdapat tujuan dilakukannya analisis faktor, yaitu untuk merumuskan hipotesis terkait mekanisme kausal, proses analisis faktor dapat digunakan untuk merumuskan hipotesis statistik mengenai mekanisme kausal atau untuk menyaring variabel yang akan diikutsertakan dalam analisis lebih lanjut, contohnya dalam mengidentifikasi kolinearitas sebelum melakukan analisis regresi linier sederhana atau regresi linier berganda. Kemudian tujuan yang kedua adalah untuk memvalidasi struktur konstruksi skala pengukuran, analisis faktor dapat dijalankan untuk memvalidasi struktur konstruksi skala pengukuran. Pada situasi semacam ini, rincian item yang membentuk setiap dimensi telah ditentukan sebelumnya. Model analisis faktor semacam ini umumnya digunakan dalam konteks pemodelan persamaan struktural dan dikenal sebagai analisis faktor konfirmatori (Penelitian Ilmiah, 2023). Kemudian untuk tujuan yang ketiga adalah menggabungkan analisis faktor dengan metode analisis lain, dengan kemampuan mendasar dalam menganalisis korelasi antar variabel, mengidentifikasi dimensi-dimensi yang mendasar, dan merangkum data, analisis faktor dapat diintegrasikan dengan teknik analisis lain dalam riset pemasaran atau bidang ilmu lainnya. Oleh karena itu, beberapa ahli berpendapat bahwa analisis faktor sebagian besar merupakan bagian dari riset eksploratori, meskipun sebenarnya teknik ini dapat digunakan juga untuk tujuan konfirmatori. Kemudian tujuan yang keempat yaitu mengenali struktur hubungan antar variabel, Analisis faktor dapat diterapkan untuk mengidentifikasi struktur hubungan antar variabel atau antar responden. Sebagai contoh, dengan memiliki 10 variabel, melalui observasi korelasi antar variabel, dimungkinkan untuk mengetahui dimensi-dimensi laten yang menjadi dasar. Meskipun penggabungan variabel seperti pekerjaan, pendapatan, dan kekayaan menjadi kelas sosial pernah dilakukan, terkadang sulit menemukan dimensi-dimensi laten tanpa dasar teoritis. Oleh karena itu, analisis faktor dapat membantu dalam menemukan dimensi-dimensi yang mendasari sejumlah variabel (Simamora, 2023). Dalam suatu analisis faktor, terdapat 2 jenis pengujian yang dilakukan ketika sudah mencapai tahap *pre-test*, yakni uji validitas dan uji reliabilitas.

### **1.7.1 Uji Validitas**

Uji validitas adalah proses pengujian yang bertujuan untuk menunjukkan seberapa tepat alat ukur yang digunakan dalam penelitian dapat mengukur secara akurat variabel yang sedang diuji. Ghazali (2009) menjelaskan bahwa uji validitas berguna untuk menilai apakah suatu kuesioner dianggap sah atau valid. Validitas suatu kuesioner dapat dikatakan terpenuhi jika pertanyaan yang terdapat di dalamnya mampu secara adekuat menggambarkan atau mengukur hal yang menjadi fokus dari kuesioner tersebut (Wahyuni, 2014). Dalam melakukan uji validitas, terdapat beberapa prinsip dasar yang perlu diperhatikan, seperti interpretasi asesmen dianggap valid apabila terdapat derajat dukungan yang mengarah pada bukti-bukti yang mendukungnya. Selain itu, interpretasi asesmen dianggap valid jika nilai yang diperoleh sesuai dengan harapan, dan interpretasi asesmen dikatakan valid apabila konsekuensi hasil interpretasi konsisten dengan nilai-nilai kecocokan yang diharapkan (Rakhman, 2022).

Pada analisis data penelitian yang dilakukan oleh penulis, variabel data mulai dari *Experience, Empathy, Moral Obligation, Self-Efficacy* dan *Perceived Social Support* dan *Social Entrepreneurship Intentions* dengan data yang berjumlah 129 dipindahkan ke file *Microsoft Excel* dan kemudian data keenam variabel tersebut di copy paste ke aplikasi *Software IBM SPSS Statistics*. Berdasarkan pada tabel 3.2, baru kemudian setelah mengubah nama sesuai dengan variabelnya, *Decimals* serta *Measure*, kemudian dilakukan test Uji validitas dengan menggunakan *Factor Analysis* dengan menampilkan beberapa data seperti *Anti-image Matrices, KMO and Bartlett's test of Sphericity* yang dimana hasil nilainya harus melebihi 0,5 atau  $>0,5$ , *Communalities, Total Variance Explained, Component Matrix* yang nilainya harus melebihi dari 0,5 atau  $>0,5$ . Pada uji validitas melalui *Factor Analysis* ini dilakukan pada setiap masing-masing variabel (Mazaya, 2021).

**Tabel 3. 2 Ukuran Validitas**

No	Ukuran Validitas	Ketentuan
1	<i>Kaiser Meyer-Olkin (KMO) Measure of Sampling Adequacy</i>	$KMO > 0,5$
2	<i>Barlett's Test of Sphericity</i>	$Sig. < 0,05$
3	<i>Anti-Image Corellation Matrices</i>	$MSA > 0,5$
4	<i>Factor Loading of Component Matrix</i>	$Factor Loading > 0,5$

Sumber: Malhotra et al., (2017)

## 1.7.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan suatu metode untuk menilai sejauh mana pengukuran yang digunakan mampu menghasilkan hasil yang konsisten pada berbagai waktu. Dalam konteks penelitian, uji reliabilitas menjadi kritis karena memastikan bahwa hasil yang diperoleh dapat dipercaya dan tidak dipengaruhi oleh variabel lain (Binus University, 2014). Berbeda dengan uji validitas yang patokan penilaiannya adalah sejauh mana alat ukur yang dipakai, sedangkan reliabilitas lebih melakukan penilaian pada sejauh mana konsistensi alat ukur tersebut, yang dimana bila mendapatkan hasil yang sama, serta metode dan cara yang sama, maka bisa dikatakan konsisten atau reliabel. Kemudian juga, reliabilitas dapat disebut dengan koefisien jika mampu mengukur seberapa baik uji yang diukur dapat meraih hasil yang diinginkan (Sampoerna University, 2022).

Pada analisis data penelitian yang dilakukan oleh penulis, setelah penulis melakukan Uji validitas, penulis melakukan uji reliabilitas masih di aplikasi *Software IBM SPSS Statistics* pada bagian *Scale Reability Analysis*. Pada tahap ini, berdasarkan pada tabel 3.3, uji dilakukan pada masing-masing dari keenam variabel untuk diuji apakah data yang berasal dari penulis sudah reliabel atau belum. Dalam uji reliabilitas dilakukan dengan cara memasukkan *items* dari setiap variabel yang terdiri dari 3 indikator yang nantinya dari pengujian tersebut akan tertera uji reliabilitasnya seperti *Case Processing Summary* dan *Reability Statistics*. Pada bagian *Reability Statistics* lah yang harus diperhatikan adalah angka *Cronbach's Alpha* karena angka yang tertera harus melebihi dari 0,6 atau  $>0,6$ .

Tabel 3. 3 Syarat Uji Reabilitas

	<u>Indeks</u>	<u>Kriteria</u>
<u>Cornbach's Alpha</u>	<u>Cornbach's Alpha</u>	<u>Cornbach's Alpha &gt; 0.7</u>
<u>Composite Reliability</u>	<u>CR</u>	<u>CR &gt; 0.7</u>

Sumber: Hair et al., (2017)

## 1.8 Structural Equation Modelling

Model Persamaan Struktural (*Structural Equation Modeling*, SEM) adalah metode analisis statistik yang menggabungkan elemen-elemen dari analisis faktor, analisis regresi, dan analisis jalur. SEM memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi hubungan antara variabel yang diamati (variabel manifest) dan variabel yang tidak diamati (konstruk atau faktor yang mendasarinya), serta hubungan antara variabel tersembunyi tersebut. Teknik ini memberikan visualisasi dan penilaian kuantitatif dari model teoretis yang kompleks, memungkinkan peneliti untuk mengevaluasi efek langsung dan tidak langsung antar variabel (Admin, 2023). Menurut Narimawati & Sarwono (Wala, 2021), keunggulan SEM dibandingkan dengan regresi berganda antara lain:

1. Menyajikan berbagai asumsi yang lebih fleksibel.
2. Memakai analisis faktor yaitu konfirmatori agar kesalahan pengukuran dapat berkurang dengan melakukan pemanfaatan berbagai indikator dalam satu variabel.
3. Memanfaatkan antarmuka pemodelan grafis untuk mempermudah pemahaman hasil analisis.
4. Memungkinkan pengujian model secara keseluruhan daripada menguji koefisien secara individual.
5. Mampu menguji sebuah model dengan memakai beberapa metode variabel terikat.
6. Mampu membuat model yang berhubungan dengan variabel perantara.
7. Kemampuan untuk memodelkan gangguan kesalahan (*error term*).
8. Mampu menguji koefisien di luar kelompok subjek.
9. Dapat menangani data yang sulit, seperti data *time series* dengan autokorelasi, data yang tidak normal, dan data yang tidak lengkap.

### **1.8.1 Measurement Modelling**

*Measurement Modelling*, yang juga dikenal sebagai *Outer model*, mengilustrasikan bagaimana variabel-variabel yang diamati (indikator) mencerminkan konstruk laten yang ingin diukur. Proses ini melibatkan pengujian validitas dan reliabilitas konstruk laten melalui analisis faktor konfirmatori dengan menggunakan pendekatan MTMM (*Multi Trait Multi Method*) untuk menguji validitas konvergen dan validitas diskriminan (Syafidillah, 2020). MTMM (*Multi Trait Multi Method*) adalah sebuah teknik yang biasanya digunakan jika metode yang ingin diukur mencapai 2 *trait* atau lebih. Hingga saat ini, analisis MTMM telah terbukti menjadi alat yang paling

efektif dalam mengidentifikasi ciri, metode, dan kesalahan dalam pengukuran (Courvoisier, Nussbeck, Eid, Geiser, & Cole, 2008). Urbina (2014) menjelaskan bahwa MTMM adalah sebuah metode uji validitas yang berguna dalam menilai penilaian pada pusat penilaian di mana calon karyawan sering dievaluasi dalam berbagai dimensi atau karakteristik, berdasarkan performa mereka dalam berbagai latihan (mis., Metode). Penggunaan MTMM untuk mengevaluasi validitas konstruksi dari data penilaian calon karyawan yang memeriksa dampak relatif dari dimensi dan variasi latihan (Bowler & Woehr, 2009; Kuncel & Sackett, 2014; Lievens & Conway, 2001) (Lekahena, 2022). Berdasarkan pada jurnal Afifah (Afifah, 2022), dengan gambar 3.4, Dalam *Measurement Model*, Terdapat dua elemen, yakni:

1. *Convergent Validity*, adalah sejauh mana ukuran memiliki korelasi positif dengan tahapan alternatif yang terdiri dari konstruk yang serupa. Suatu variabel dianggap memiliki validitas konvergen yang baik jika nilai *outer loading* nya lebih besar dari 0.7 dan *Average Variance Extracted (AVE)* lebih besar dari 0.5.
2. *Discriminant Validity*, adalah sejauh mana suatu konstruk berbeda dengan konstruk lainnya. Validitas diskriminan mengindikasikan kemampuan suatu konstruk dalam memperoleh informasi yang unik dan tidak tercakup oleh konstruk lain dalam kerangka model. Suatu variabel dianggap memiliki validitas diskriminan yang baik jika nilai *cross loading* nya lebih besar dari nilai lainnya.

**Tabel 3. 4 Syarat Untuk Uji Validitas**

<u>Jenis Validitas</u>	<u>Parameter</u>	<u>Indeks</u>	<u>Kriteria</u>
<u>Convergent</u>	<u>Outer Loading</u>	<u>Outer Loading</u>	<u>Outer Loading &gt; 0.7</u>
	<u>Average Variance Extracted</u>	<u>AVE</u>	<u>AVE &gt; 0.5</u>
<u>Discriminant</u>	<u>Cross Loading</u>	<u>Cross Loading</u>	<u>Nilai Outer Loading &gt; Nilai Outer Loading lainnya</u>

			<u>Construct</u>
			<u>memiliki nilai indikator</u>
	<u>Fonell-Larcker criterion</u>	<u>Fonell-Larcker criterion</u>	<u>lebih baik dibandingkan</u>
			<u>dengan construct lainnya</u>

Sumber: Hair et al., (2017)

### 1.8.2 Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Model struktural, yang juga dikenal sebagai *inner model*, berperan dalam memprediksi hubungan sebab-akibat antara variabel laten atau variabel yang tidak dapat diukur langsung. Model ini mengilustrasikan hubungan kausal antar variabel laten yang dibangun berdasarkan teori yang mendasarinya. Berdasarkan pada gambar 3.5 dibawah, dalam pengujian *inner model*, metode *Bootstrapping* dan *Blindfolding* digunakan dalam perangkat lunak *SmartPLS*. Pengujian pada model struktural bertujuan untuk menguji korelasi antara variabel laten. Beberapa pengujian yang dapat dilakukan pada model struktural mencakup: (1) *R Square* pada konstruk endogen, yang menunjukkan koefisien determinasi pada konstruk endogen; (2) *Estimate for Path Coefficients*, yang merupakan nilai koefisien jalur atau besar pengaruh konstruk laten yang diuji dengan prosedur *Bootstrapping*; (3) *Effect Size (F Square)*, yang digunakan untuk menilai kebaikan model; (4) *Prediction relevance (Q square)* atau dikenal juga sebagai Stone-Geisser's, yang digunakan untuk menilai kapabilitas prediksi dengan prosedur *Blindfolding*. Nilai-nilai tertentu menunjukkan tingkat kekuatan prediksi model dan korelasi *construct* endogen (Binus University, 2021).

Tabel 3. 5 Syarat Model Struktural

<u>Nilai R-squared</u>	<u>Rule of Thumb</u>
<u>0.75</u>	<u>Model Kuat</u>
<u>0.50</u>	<u>Model Moderat</u>
<u>0.25</u>	<u>Model Lemah</u>

Sumber: Hair et al., (2017)

### 1.8.3 Structural Modelling

*Structural Modelling* adalah suatu pendekatan yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan antara variabel yang dapat diukur langsung atau variabel observasi dengan variabel yang tidak dapat diukur langsung. Hair et al., (2014) menegaskan bahwa kecocokan model yang baik saja tidak cukup untuk mendukung keberlakuan model teoritis yang diusulkan. Oleh karena itu, peneliti perlu memeriksa setiap parameter yang mewakili hipotesis tertentu (Wala, 2021). Maka dari hal tersebut, berdasarkan pada Aryawinata (Aryawinata, 2022), dapat dinyatakan model teoritis akan dalam status valid jika memenuhi syarat berikut:

1. *T-Statistic*, pengujian ini digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana pengaruh variabel independen secara individual terhadap variabel dependen. Untuk nilai *t-statistic* yang signifikan, harus lebih besar dari 1.64 (untuk satu sisi uji) atau lebih besar dari 1.96 (untuk dua sisi uji).
2. *P-Value*, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel jika nilai *p-value*  $\leq 0.05$ , karena nilai tersebut menandakan tingkat kesalahan yang terjadi kurang dari 5%.

