

BAB III

OBJEK, METODE, DAN DESAIN PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Dalam suatu studi, objek yang diteliti menjadi fokus utama dan tujuan utama adalah untuk menemukan jawaban atau solusi terhadap suatu masalah dengan variabel tertentu. Setelah dianalisis, harapannya adalah dapat menyimpulkan hasil akhir dari penelitian tersebut (Tanujaya, 2017).

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh pemanfaatan *e-commerce*, pemanfaatan media sosial dan lingkungan keluarga terhadap keputusan berwirausaha dalam perspektif Islam. Objek dalam penelitian ini terdiri dari variabel endogen yaitu keputusan berwirausaha (Y), tiga variabel endogen pemanfaatan *e-commerce* (X1), pemanfaatan media sosial (X2), dan lingkungan keluarga (X3), satu variabel intervening minat berwirausaha (Z). Adapun subjek dalam penelitian ini adalah generasi z muslim di DKI Jakarta. Dalam penelitian ini akan menyebarkan kuesioner menggunakan *google form* yang akan disebarakan melalui media sosial seperti Whatsapp, Instagram, dan lainnya.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian adalah suatu pendekatan untuk melakukan penyelidikan ilmiah yang terkait dengan suatu permasalahan, yang didesain secara terstruktur dan sistematis untuk menjadi dasar pengambilan kesimpulan berdasarkan informasi yang akurat dan dapat dipercaya (Ferdinand, 2014). Dalam penelitian ini, digunakan metode kuantitatif yang bertujuan untuk memverifikasi atau membuktikan kebenaran suatu teori dengan cara menganalisis hubungan antara variabel-variabel yang dapat diukur dan diukur secara statistik. Pendekatan ini digunakan untuk memastikan bahwa kesimpulan yang diperoleh mengenai teori tersebut bersifat objektif (Supratiknya, 2022)

3.3 Desain Penelitian

Dalam penelitian ini, desain penelitian yang digunakan mencakup jenis deskriptif dan kausalitas. Jenis penelitian deskriptif bertujuan untuk

memberikan gambaran yang tepat tentang data, proses, atau hubungan antara kejadian dengan cara menggambarkan kondisi saat ini. Sementara itu, penelitian kausalitas bertujuan untuk menentukan apakah suatu variabel memiliki pengaruh langsung atau tidak langsung pada variabel lainnya (Zellatifanny & Mudjiyanto, 2018). Penelitian kausalitas adalah suatu jenis penelitian yang berfokus pada hubungan sebab-akibat antara beberapa konsep atau variabel dengan tujuan untuk menemukan penjelasan yang dapat diterapkan secara umum. Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman tentang sebab dan akibat suatu fenomena, dan dapat digunakan untuk memprediksi bagaimana perubahan dalam satu variabel dapat mempengaruhi variabel lainnya (Ferdinand, 2014). Penelitian ini akan menjelaskan kaitan antara variabel independen sebagai variabel yang menyebabkan dan variabel dependen sebagai variabel terpengaruh.

3.4 Definisi Operasional Variabel

Dalam bagian ini akan menjelaskan mengenai definisi dari operasional variabel yang digunakan yaitu *e-commerce* (X1), media sosial (X2), lingkungan keluarga (X3), keputusan berwirausaha (Y), minat berwirausaha (Z). Operasional variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

No	Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
1.	<i>E-commerce</i> (X1) adalah proses transaksi jual beli yang menggunakan alat elektronik seperti telepon dan internet. <i>E-commerce</i> meliputi seluruh proses dari pengembangan, pemasaran, penjualan, pengiriman, pelayanan, dan pembayaran para pelanggan, dengan dukungan dari jaringan para mitra bisnis di seluruh dunia	Mudah diakses	Tingkat kemudahan responden dalam mengakses <i>e-commerce</i>	Interval
		Transaksi mudah dilakukan	Tingkat kemudahan responden dalam melakukan transaksi	
		Proses pelayanan cepat dan aman	Tingkat responden dalam memperoleh proses pelayanan yang cepat dan aman	
		Permodalan tidak terlalu tinggi	Tingkat responden dalam mengeluarkan permodalan tidak terlalu tinggi	

(Yadewani & Wijaya, 2017)			
2. Media Sosial (X2) adalah istilah deskriptif dari berbagai teknologi yang digunakan untuk mengikat orang ke dalam sebuah lingkup, sehingga mereka dapat bertukar informasi dan berinteraksi satu sama lain melalui konten pesan berbasis web menurut Cross dalam (Susilawaty, 2022)	Pertisipasi	Tingkat partisipasi responden dalam menggunakan media sosial	Interval
	Keterbukaan	Tingkat keterbukaan responden dalam menggunakan media sosial	
	Percakapan	Tingkat percakapan responden dalam menggunakan media sosial	
	Komunikasi	Tingkat komunikasi responden dalam menggunakan media sosial	
	Saling terhubung	Tingkat keterhubungan responden dengan sesama pengguna media sosial	
	Keterampilan	Tingkat keterampilan responden dalam menggunakan media sosial	
3. Lingkungan Keluarga (X3) adalah kelompok sosial pertama-tama dalam kehidupan manusia tempat ia belajar dan menyatakan diri sebagai manusia sosial di dalam hubungan interaksi dengan kelompoknya (Wiani et al., 2018)	Cara orang tua mendidik	Kondisi orang tua dalam mendidik responden dalam mempengaruhi minat berwirausaha	Interval
	Relasi anatar anggota keluarga	Tingkat relasi anatar anggota keluarga dalam mempengaruhi minat berwirausaha	
	Suasana rumah	Kondisi suasana rumah dalam mempengaruhi minat berwirausaha	
	Keadaan ekonomi keluarga	Kondisi ekonomi keluarga dalam mempengaruhi minat berwirausaha	
	Latar belakang kebudayaan	Kondisi latar belakang kebudayaan dalam mempengaruhi minat berwirausaha	

4. Minat Berwirausaha (Z) Hasrat, minat, dan kesiapan untuk bekerja keras atau memiliki keinginan kuat untuk mandiri atau berusaha untuk memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa takut akan risiko yang mungkin terjadi, serta tekad yang kuat untuk belajar dari kegagalan. (Respati & Santoso, 2021)	Kogninisi (pengetahuan dasar kewirausahaan)	Tingkat kognisi kewirausahaan responden	Interval
	Emosi (perasaan senang, tertarik, dan keinginan berwirausaha)	Tingkat emosi responden dalam berwirausaha	
	Konasi (keyakinan dan usaha untuk berwirausaha)	Tingkat konasi responden dalam berwirausaha	
	Karir wirausaha	Tingkat karir responden dalam bidang wirausaha	
5. Keputusan Berwirausaha (Y) Keputusan berwirausaha merujuk pada tindakan atau pilihan yang diambil oleh seorang wirausaha dalam mengelola usahanya. (Pramiswari & Dharmadiaksa, 2017)	Intuisi	Tingkat pengambilan keputusan berdasarkan pada perasaan	Interval
	Pengalaman	Tingkat pengambilan keputusan berdasarkan pengalaman	
	Fakta	Tingkat pengambilan keputusan berdasarkan fakta dan informasi	
	Wewenang	Tingkat pengambilan keputusan berdasarkan wewenang	
	Logika	Tingkat pengambilan keputusan berdasarkan logika	

3.5 Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi merujuk pada seluruh kelompok manusia, peristiwa, atau objek yang menarik dan menimbulkan minat peneliti untuk membentuk suatu pandangan. Dalam penelitian, digunakan data statistik sampel sebagai representasi dari populasi, dan difokuskan pada hal-hal yang ingin diteliti oleh peneliti. Dengan menggunakan sampel yang representatif, peneliti dapat membuat kesimpulan yang dapat digeneralisasikan terhadap populasi secara keseluruhan (Sekaran & Bougie 2017) Populasi dalam penelitian ini adalah generasi z muslim berdomisili di DKI Jakarta yang jumlah pastinya belum diketahui saat ini.

Penelitian ini menggunakan metode pengambilan sampel non-probabilitas, di mana setiap anggota populasi tidak memiliki peluang yang sama untuk dipilih sebagai sampel. Jenis sampling yang digunakan adalah purposive sampling, yang memilih individu dengan sengaja berdasarkan karakteristik tertentu yang dianggap dapat memberikan informasi yang diinginkan. Hal ini bisa disebabkan karena individu tersebut adalah satu-satunya yang memiliki informasi yang dibutuhkan atau karena mereka memenuhi beberapa kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti (Sekaran & Bougie, 2017).

Berikut adalah kriteria responden yang diperlukan oleh peneliti dalam penelitian ini, yaitu:

1. Beragama Islam
2. Berdomisili di DKI Jakarta
3. Sudah memiliki usaha
4. Termasuk generasi Z (1996 – 2010)

Pada penelitian ini, jumlah populasi Gen-Z di DKI Jakarta sebanyak 2,7 juta jiwa atau sebesar 25,6%. Penentuan ukuran sampel dalam penelitian ini mengacu pada model yang dikemukakan oleh Hair et al. (2017), di mana disarankan menggunakan jumlah sampel minimal 5-10 kali dari jumlah indikator yang digunakan. Selain itu, menurut Ferdinand (2014), penelitian menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) memerlukan minimal 100 sampel. Rumus yang digunakan dalam pengambilan sampel penelitian ini adalah perhitungan ini adalah hair menurut (Hair, Risher, Sarstedt, & Ringle, 2019) sebagai berikut:

$$N = \text{Jumlah Indikator} \times 10$$

$$N = 24 \times 10$$

$$N = 240$$

Keterangan :

N : Jumlah sampel

Menurut perhitungan tersebut, maka dalam penelitian ini ukuran sampel yang dibutuhkan minimal sejumlah 240 responden. Sehingga responden pada penelitian ini minimal 240 responden.

3.6 Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data

Pada bagian ini akan dijelaskan terkait dengan instrumen dan teknik pengumpulan data yang akan dilakukan oleh peneliti.

3.6.1 Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data yang digunakan adalah menggunakan kuesioner atau angket sebagai instrumen penelitian. Kuesioner ini Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data yang digunakan adalah menggunakan kuesioner atau angket sebagai instrumen penelitian. Kuesioner ini akan berisi serangkaian pertanyaan yang akan dijawab oleh responden sesuai dengan kriteria dan jumlah responden yang telah ditentukan melalui *google form*. Instrumen tersebut akan dikembangkan dengan menggunakan skala semantik. Skala semantik merupakan bentuk instrumen pengukuran yang dirancang dan dikembangkan oleh Osgood pada tahun 1957 (Prihadi, 2019).

Skala numerik adalah suatu bentuk skala pengukuran yang menggunakan angka atau bilangan untuk mengukur variabel. Skala ini memberikan nilai numerik pada objek atau peristiwa yang sedang diukur (Sekaran & Bougie, 2017). Instrumen ini digunakan untuk mengukur tanggapan terhadap stimulus, kata-kata, atau konsep yang dapat disesuaikan untuk individu dewasa maupun anak-anak dari beragam latar belakang budaya (Firdaus, 2021). Skala ini merupakan pengembangan dari skala likert yang tidak mampu mengukur respon yang memiliki dimensi ganda. Menurut Sekaran & Bougie (2017). Skala numerik memiliki sifat pengukuran sebagai berikut:

1. Bersifat kuantitatif karena memberikan nilai numerik yang dapat dihitung dan diukur.
2. Memberikan informasi tentang seberapa banyak atau seberapa sering suatu peristiwa terjadi.

Tabel 3.2
Skala Pengukur Numerik

No	Pertanyaan Kiri	Rentang Jawaban	Pertanyaan Kanan
1	Tidak pernah mengikuti	1 2 3 4 5 6 7	Sering mengikuti pelatihan
2	Tidak boleh melakukan	1 2 3 4 5 6 7	Boleh melakukan
3	Tidak mengetahui ajaran agama	1 2 3 4 5 6 7	Mengetahui ajaran agama
4	Tidak pernah mengakses	1 2 3 4 5 6 7	Pernah mengakses

Sumber: Sekaran & Bougie (2017)

Dalam penelitian ini, setiap ujung yang memiliki pernyataan berlawanan akan dipisahkan oleh sebuah garis kontinum dengan 7 angka yang diurutkan dari kiri ke kanan, dimulai dari angka 1 hingga angka 7.

3.6.2 Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Angket/kuesioner, yaitu teknik pengumpulan data dengan cara menyebar daftar pertanyaan penelitian kepada responden. Kuesioner didistribusikan menggunakan google form melalui berbagai platform media sosial yang ada seperti WhatsApp, Instagram, Twitter, dan lainnya.

3.6.3 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, metode analisis data yang akan digunakan mencakup analisis deskriptif dan analisis *Structural Equation Modeling Partial Least Square* (SEM-PLS). Analisis deskriptif akan digunakan untuk memberikan gambaran tentang data dan menjawab pertanyaan penelitian pertama. Sementara itu, analisis SEM-PLS akan digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian kedua hingga ketujuh.

Analisis SEM-PLS memiliki asumsi bahwa distribusi data tidak harus normal, sehingga dapat menggunakan indikator dengan skala kategori, ordinal, interval, atau rasio pada model yang serupa. Selain itu, sampel yang digunakan tidak harus besar dan model ini dapat digunakan untuk mengeksplorasi hubungan antar variabel laten. Indikator yang digunakan dapat berbentuk

reflektif atau formatif dan model ini lebih menitikberatkan pada data serta prosedur yang terbatas. Kelebihan lain dari SEM-PLS adalah dapat menghindarkan dua masalah serius yaitu inadmissible solution dan factor indeterminacy (Ghozali, 2014).

Dengan bantuan alat SmartPLS versi 4, SEM-PLS dapat mengevaluasi keberhasilan model kausalitas dan hubungan antara variabel laten dan indikatornya dalam model yang diusulkan (Sulistyowati, 2017). Karena penelitian ini bertujuan untuk menguji teori, maka teknik analisis data yang digunakan adalah SEM-PLS.

SEM-PLS dipilih sebagai teknik analisis data dalam penelitian ini karena penelitian ini tidak terfokus pada pengujian banyak asumsi dan menggunakan sampel yang relatif kecil. Selain itu, teknik SEM-PLS dapat memberikan pemahaman yang lebih spesifik mengenai pengaruh masing-masing indikator pada sebuah variabel, hal ini sulit dicapai dengan teknik analisis data lainnya.

3.6.3.1 Uji Validitas Instrumen Penelitian

Uji validitas bertujuan untuk menguji setiap instrumen penelitian agar dapat diketahui apakah instrumen penelitian tersebut benar-benar tepat untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sekaran & Bougie, 2017). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan Statistical Product and Service Solution V.26 (SPSS) dengan teknik corrected item total correlation. Untuk mengetahui apakah butir-butir soal kuesioner untuk variabel-variabel tersebut valid atau tidak, maka kita cukup memperhatikan nilai yang ada dalam tabel "Corrected Item-Total Corelation". Dalam uji validitas, nilai corrected item total correlation ini disebut juga sebagai r hitung. Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji validitas adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai r hitung $>$ r tabel maka butir soal kuesioner dinyatakan valid.
- b. Jika nilai r hitung $<$ r tabel maka butir soal kuesioner dinyatakan tidak valid.

Hasil data pengujian dapat dilihat pada tabel-tabel berikut:

Tabel 3.3

Hasil Pengujian Validitas Tingkat Pemanfaatan E-Commerce

No	R Hitung	R Tabel	Keterangan
PE1	0.776	0.303	Valid
PE2	0.770	0.303	Valid
PE3	0.748	0.303	Valid
PE4	0.798	0.303	Valid
PE5	0.787	0.303	Valid
PE6	0.753	0.303	Valid
PE7	0.740	0.303	Valid
PE8	0.782	0.303	Valid
PE9	0.793	0.303	Valid

Sumber: Output Pengolahan SPSS

Tabel 3.4

Hasil Pengujian Validitas Tingkat Pemanfaatan Media Sosial

No	R Hitung	R Tabel	Keterangan
PMS1	0.799	0.303	Valid
PMS2	0.760	0.303	Valid
PMS3	0.780	0.303	Valid
PMS4	0.772	0.303	Valid
PMS5	0.788	0.303	Valid
PMS6	0.787	0.303	Valid
PMS7	0.718	0.303	Valid
PMS8	0.796	0.303	Valid
PMS9	0.817	0.303	Valid
PMS10	0.807	0.303	Valid
PMS11	0.847	0.303	Valid

Sumber: Output Pengolahan SPSS

Tabel 3.5

Hasil Pengujian Validitas Tingkat Lingkungan Keluarga

No	R Hitung	R Tabel	Keterangan
LK1	0.830	0.303	Valid
LK2	0.789	0.303	Valid

LK3	0.804	0.303	Valid
LK4	0.807	0.303	Valid
LK5	0.726	0.303	Valid
LK6	0.773	0.303	Valid
LK7	0.729	0.303	Valid
LK8	0.807	0.303	Valid
LK9	0.752	0.303	Valid
LK10	0.792	0.303	Valid
LK11	0.763	0.303	Valid
LK12	0.809	0.303	Valid

Sumber: Output Pengolahan SPSS

Tabel 3.6

Hasil Pengujian Validitas Tingkat Minat Berwirausaha

No	R Hitung	R Tabel	Keterangan
MB1	0.816	0.303	Valid
MB2	0.836	0.303	Valid
MB3	0.847	0.303	Valid
MB4	0.853	0.303	Valid
MB5	0.843	0.303	Valid
MB6	0.851	0.303	Valid
MB7	0.852	0.303	Valid
MB8	0.826	0.303	Valid
MB9	0.869	0.303	Valid
MB10	0.850	0.303	Valid
MB11	0.845	0.303	Valid

Sumber: Output Pengolahan SPSS

Tabel 3.7

Hasil Pengujian Validitas Tingkat Keputusan Berwirausaha

No	R Hitung	R Tabel	Keterangan
KB1	0.820	0.303	Valid
KB2	0.707	0.303	Valid
KB3	0.749	0.303	Valid
KB4	0.747	0.303	Valid

KB5	0.761	0.303	Valid
KB6	0.782	0.303	Valid
KB7	0.780	0.303	Valid

Sumber: Output Pengolahan SPSS

Berdasarkan data yang diperoleh, hasil pengujian pada Tabel 3.3 – 3.8 diketahui bahwa pada nilai r hitung lebih besar dari r tabel pada seluruh indikator dari variabel pemanfaatan e-commerce, pemanfaatan media sosial, lingkungan keluarga, minat berwirausaha, dan keputusan berwirausaha dinyatakan valid dan lolos uji validitas.

3.6.3.2 Uji Reliabilitas Instrument Penelitian

Setelah melewati uji validitas, instrumen harus melewati uji selanjutnya, yaitu uji reliabilitas. Suatu instrument dikatakan reliabel dengan melihat nilai dari koefisien cronbach's alpha. Jika nilai koefisien *cronbach's alpha* > 0.677 maka instrument dinyatakan reliabel (Ghozali, 2014). Berikut merupakan hasil dari pengujian reliabilitas:

Tabel 3.8

Hasil Pengujian Reliabilitas Tingkat Keputusan Berwirausaha

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	R Tabel	Keterangan
X1	0.937	0.677	Reliabel
X2	0.942	0.677	Reliabel
X3	0.963	0.677	Reliabel
Z	0.906	0.677	Reliabel
Y	0.859	0.677	Reliabel

Sumber: Output Pengolahan SPSS

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil pengujian pada tabel 3.9, diketahui bahwa pada seluruh variabel pemanfaatan e-commerce, pemanfaatan media sosial, lingkungan keluarga, minat berwirausaha, dan keputusan berwirausaha memiliki nilai *cronbach's alpha* lebih dari nilai r tabel, dengan demikian variabel dinyatakan reliabel. Setelah melewati kedua pengujian yakni uji validitas dan uji reliabilitas, penelitian dilanjutkan ke tahap berikutnya, yaitu:

3.6.4 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis ini merujuk pada sebuah jenis analisis data yang digunakan untuk menguji kesimpulan umum dari hasil penelitian berdasarkan sampel yang diambil. Analisis ini dapat melibatkan satu variabel atau lebih. Namun, analisis ini dilakukan secara independen, sehingga tidak melibatkan perbandingan atau hubungan dengan variabel lain (Siregar, 2017). Secara umum, tahap yang dilaksanakan pada pengolahan data pada analisis ini dioperasionalkan menggunakan beberapa poin diantaranya:

1. *Editing*

Dalam proses ini, dilakukan pengecekan ulang terhadap data yang telah diisi oleh responden. Tujuannya adalah untuk memastikan kelengkapan data pada kuesioner secara keseluruhan, sehingga data yang telah dikumpulkan dapat diverifikasi dan dipastikan sesuai dengan persyaratan untuk dilanjutkan ke tahap analisis selanjutnya.

2. *Coding*

Proses ini adalah tahap klasifikasi yang dilakukan untuk mengelompokkan jawaban yang diperoleh dari sampel ke dalam beberapa kategori. Pengelompokan dilakukan dengan memberikan kode pada setiap jawaban.

3. *Scoring*

Proses scoring adalah tahap dimana skor diberikan pada setiap opsi jawaban yang dipilih oleh responden. Proses ini dilakukan dengan cara mengisi kolom pertanyaan yang telah disediakan. Skor diberikan berdasarkan skala semantik diferensial dan bobotnya bergantung pada kategori jawaban yang dipilih.

4. *Tabulating*

Proses ini adalah langkah yang dilakukan untuk memasukkan dan memformat data dari instrumen pengumpulan data ke dalam tabel data. Setelah itu, data yang telah diatur dalam tabel dianalisis menggunakan alat pengolahan data.

Langkah selanjutnya adalah mengkategorikan setiap variabel sebelum data dianalisis lebih lanjut untuk menjawab setiap rumusan hipotesis. Adapun untuk pengkategorian variabel yang digunakan dengan rumus sebagai berikut:

Tabel 3.9

Skala pengukuran kategori untuk Tiap Item Pertanyaan

Rentang	Kategori
$1210 \leq X \leq 1694$	Tinggi
$726 \leq X \leq 1210$	Sedang
$X \leq 242$	Rendah

Tabel 3.10

Pemaknaan Kategori Variabel Tingkat Pemanfaatan *E-Commerce*

Kategori	Makna
Tinggi	Individu yang memiliki tingkat pemanfaatan <i>e-commerce</i> dengan kategori tinggi adalah individu yang memiliki harapan yang baik terkait kemudahan mengakses <i>e-commerce</i> , kemudahan melakukan transaksi, proses pelayanan cepat dan aman, permodalan yang tidak terlalu tinggi.
Sedang	Individu yang memiliki tingkat pemanfaatan <i>e-commerce</i> dengan kategori sedang adalah individu yang memiliki harapan yang cukup terkait kemudahan mengakses <i>e-commerce</i> , kemudahan melakukan transaksi, proses pelayanan cepat dan aman, permodalan yang tidak terlalu tinggi.
Rendah	Individu yang memiliki tingkat pemanfaatan <i>e-commerce</i> dengan kategori rendah adalah individu yang memiliki harapan yang kurang terkait kemudahan mengakses <i>e-commerce</i> , kemudahan melakukan transaksi, proses pelayanan cepat dan aman, permodalan yang tidak terlalu tinggi.

Tabel 3.11

Pemaknaan Kategori Variabel Tingkat Pemanfaatan Media Sosial

Kategori	Makna
Tinggi	Individu yang memiliki tingkat pemanfaatan media sosial dengan kategori tinggi adalah individu yang memiliki harapan yang baik terkait partisipasi dalam media sosial, keterbukaan, percakapan, komunikasi, dan saling terhubung
Sedang	Individu yang memiliki tingkat pemanfaatan media sosial dengan kategori cukup adalah individu yang memiliki harapan yang cukup terkait partisipasi dalam media sosial, keterbukaan, percakapan, komunikasi, dan saling terhubung
Rendah	Individu yang memiliki tingkat pemanfaatan media sosial dengan kategori rendah adalah individu yang memiliki harapan yang kurang terkait partisipasi dalam media sosial, keterbukaan, percakapan, komunikasi, dan saling terhubung

Tabel 3. 12
Pemaknaan Kategori Variabel Tingkat Lingkungan Keluarga

Kategori	Makna
Tinggi	Individu yang memiliki tingkat lingkungan keluarga dengan kategori tinggi adalah individu yang memiliki harapan yang baik terkait cara orang tua mendidik, relasi yang tinggi dengan anggota keluarga, suasana rumah, keadaan ekonomi keluarga, latar belakang kebudayaan
Sedang	Individu yang memiliki tingkat lingkungan keluarga dengan kategori cukup adalah individu yang memiliki harapan yang cukup terkait cara orang tua mendidik, relasi yang cukup dengan anggota keluarga, suasana rumah, keadaan ekonomi keluarga, latar belakang kebudayaan
Rendah	Individu yang memiliki tingkat lingkungan keluarga dengan kategori rendah adalah individu yang memiliki harapan yang kurang terkait cara orang tua mendidik, relasi yang rendah dengan anggota keluarga, suasana rumah, keadaan ekonomi keluarga, latar belakang kebudayaan

Tabel 3.13
Pemaknaan Kategori Variabel Tingkat Minat Berwirausaha

Kategori	Makna
Tinggi	Individu yang memiliki tingkat minat berwirausaha dengan kategori tinggi adalah individu yang memiliki harapan yang baik terkait kognisi (pengetahuan dasar kewirausahaan), emosi (perasaan senang, tertarik, dan keinginan berwirausaha), konasi (keyakinan dan usaha untuk berwirausaha), dan karir wirausaha.
Sedang	Individu yang memiliki tingkat minat berwirausaha dengan kategori cukup adalah individu yang memiliki harapan yang cukup terkait kognisi (pengetahuan dasar kewirausahaan), emosi (perasaan senang, tertarik, dan keinginan berwirausaha), konasi (keyakinan dan usaha untuk berwirausaha), dan karir wirausaha.
Rendah	Individu yang memiliki tingkat minat berwirausaha dengan kategori rendah adalah individu yang memiliki harapan yang kurang terkait kognisi (pengetahuan dasar kewirausahaan), emosi (perasaan senang, tertarik, dan keinginan berwirausaha), konasi (keyakinan dan usaha untuk berwirausaha), dan karir wirausaha.

Tabel 3.14
Pemaknaan Kategori Variabel Tingkat Keputusan Berwirausaha

Kategori	Makna
Tinggi	Individu yang memiliki tingkat minat berwirausaha dengan kategori tinggi adalah individu yang memiliki harapan yang baik terkait intuisi, pengalaman, fakta, wewenang, rasional

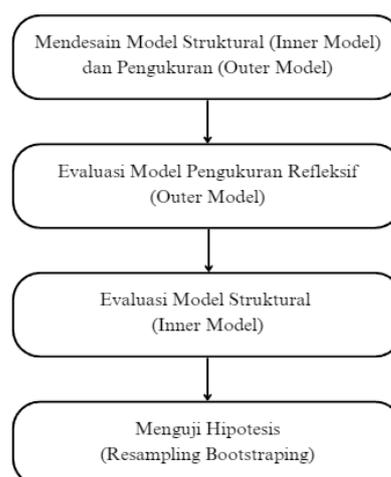
Sedang	Individu yang memiliki tingkat minat berwirausaha dengan kategori cukup adalah individu yang memiliki harapan yang cukup terkait intuisi, pengalaman, fakta, wewenang, rasional
Rendah	Individu yang memiliki tingkat minat berwirausaha dengan kategori rendah adalah individu yang memiliki harapan yang kurang terkait intuisi, pengalaman, fakta, wewenang, rasional

3.6.5 Analisis *Partial Square*-- *Structural Equation Modeling* (PLS–SEM)

Metode PLS-SEM atau *Structural Equation Modeling* berbasis *Partial Least Square* adalah suatu pendekatan yang memungkinkan penggunaan SEM dengan aturan yang lebih luas. Namun, metode ini tidak mempertimbangkan aturan yang terkait dengan validitas, reliabilitas, dan akurasi dalam pengolahan data (Narimawati dkk., 2020).

Penulis memilih metode PLS-SEM karena keunggulan analisis pengaruh variabel laten yang diikuti dengan indikator. Metode PLS-SEM sama konsepnya dengan ordinary least squares dengan tujuan mengoptimalkan R-Square dan menekan residual atau kesalahan perikdi. PLS-SEM juga dapat memberikan estimasi yang baik meskipun dengan ukuran sampel yang kecil (Marliana, 2019).

Ada empat langkah pada analisis PLS-SEM yang mana masing-masing tahap mempunyai ikatan dengan tahap berikutnya. Perihal tersebut tergambar pada gambar berikut:



Gambar 3.1

Langkah - Langkah Pengujian Metode PLS – SEM

1. Mendesain Model Struktural (*Inner Model*) dan Model Pengukuran (*Outer Model*)

Model inner menunjukkan hubungan antara variabel laten berdasarkan teori yang dijelaskan. Model struktural dinilai dengan menggunakan *R-square* pada variabel dependen, *Stone-Geisser Q-square* test untuk relevansi prediksi, dan uji t dan signifikansi dari koefisien jalur struktural. Nilai R-kubik yang berubah dapat digunakan untuk menilai apakah pengaruh variabel laten independen pada variabel laten dependen signifikan secara substansial. Hasil $r = 0,67:0,33$ dan $0,19$ menunjukkan bahwa persamaan model *inner* diklasifikasikan sebagai "baik", "moderat", dan "lemah". Persamaan inner model ialah:

$$\mathcal{D} = \beta_0 + \beta_1 \eta + \Gamma \xi + \zeta$$

Simbol \mathcal{D} merupakan vektor endogen yang merepresentasikan variabel laten, ξ merupakan simbol untuk variabel laten eksogen, dan ζ merepresentasikan vektor variabel *residual*. Dalam PLS-SEM, model didesain untuk menyelesaikan masalah atau hubungan *recursive* antara variabel laten. Oleh karena itu, hubungan antara variabel laten pada setiap variabel laten dependen \mathcal{D} , yang juga dikenal sebagai sistem rantai kausal dari variabel laten, dapat dijelaskan dengan menggunakan rumus:

$$\mathcal{D}_j = \sum_i \beta_{ji} \eta_i + \sum_i \gamma_{jb} \xi_b + \zeta_j$$

Dimana β_{ji} dan γ_{jb} merupakan koefisien jalur yang mengaitkan prediktor endogen dan laten eksogen ξ dan \mathcal{D} sepanjang range indeks i dan b , dan ζ_j ialah *inner residual variable*.

Pada penelitian ini variabel laten eksogen yang digunakan adalah *e-commerce* (X1), media sosial (X2), dan lingkungan keluarga (X3). Adapun variabel laten/konstruk endogen ialah variabel yang terpengaruh langsung atau tidak dari variabel laten eksogen. Variabel laten endogen yang digunakan pada penelitian ini adalah keputusan berwirausaha (Y). Variabel intervening minat berwirausaha (Z)

Setelah menentukan variabel yang membentuk *inner model*, tahap selanjutnya adalah membuat *outer model*. *Outer model* adalah model yang menggambarkan hubungan antara setiap indikator dengan variabel laten. Pada

penelitian ini, digunakan blok indikator reflektif. Persamaannya dapat dirumuskan sebagai berikut (Muhammad, 2017):

$$X = \Lambda_x \xi + \epsilon_x$$

$$Y = \Lambda_y \eta + \epsilon_y$$

Dalam persamaan tersebut, simbol X dan Y merepresentasikan indikator atau variabel *manifest* pada variabel laten eksogen dan endogen, yaitu ξ dan η . Sementara itu, simbol Λ_x dan Λ_y adalah matriks loading yang menunjukkan koefisien *regresi* sederhana antara variabel laten dan indikatornya. Simbol ϵ_x dan ϵ_y merepresentasikan *noise* atau gangguan pada masing-masing variabel.

2. Evaluasi Model Pengukuran Reflektif (*Outer Model*)

Pada tahap evaluasi, dilakukan analisis terhadap validitas, reliabilitas, dan prediksi dari setiap indikator pada variabel laten. Terdapat beberapa aspek yang digunakan dalam analisis tersebut, antara lain (Syahrir, dkk, 2020):

- a. Pada tahap *evaluasi*, analisis dilakukan untuk menilai validitas, reliabilitas, dan tingkat prediksi dari setiap indikator pada variabel laten. Salah satu aspek yang diperhatikan adalah uji reliabilitas indikator, yang bertujuan untuk mengevaluasi sejauh mana reliabilitas indikator dalam pengukuran variabel laten. Evaluasi dilakukan dengan memeriksa nilai outer loading pada setiap indikator. Indikator dengan nilai refleksi individu yang tinggi dianggap baik jika nilainya melebihi 0,70 untuk konstruk yang ingin diukur. Namun, Chin (dalam Muhammad, 2017) menyatakan bahwa pada tahap awal penelitian, nilai loading yang mencapai 0,50-0,60 dianggap sudah cukup baik, sedangkan indikator dengan nilai di bawah 0,50 harus dihapus agar tidak memengaruhi analisis selanjutnya.
- b. Uji *Internal Consistency Reliability* dilakukan untuk menilai seberapa baik indikator dapat mengukur variabel laten. Uji ini menggunakan nilai *composite reliability* dan *Cronbach's alpha*, dan nilai reliabilitas yang diterima dalam penelitian eksplorasi biasanya di atas 0,6 hingga 0,7 (Hair, dkk, 2017).
- c. Pada tahap evaluasi, dilakukan uji validitas konvergen yang bertujuan untuk mengevaluasi rata-rata komunalitas setiap variabel laten dalam model reflektif. Uji ini menggunakan nilai Ave yang harus memiliki nilai $\geq 0,5$. Nilai tersebut menunjukkan bahwa faktor laten mampu menjelaskan setengah dari nilai

variance pada setiap indikator. Rumus yang digunakan untuk menentukan nilai AVE adalah sebagai berikut:

$$AVE = \frac{\sum_{ni=1}^2 i}{\sum_{ni=1}^2 i + \sum_{ni=1}^2 var(\hat{\epsilon}_i)}$$

d. Uji Validitas Diskriminan adalah serangkaian tes yang bertujuan untuk mengevaluasi seberapa baik atau buruk pengukuran yang dilakukan oleh setiap indikator reflektif pada variabel laten, berdasarkan prinsip bahwa setiap indikator harus memiliki korelasi yang tinggi dengan variabel laten yang sesuai. Menurut Henseler (dalam Syahrir, dkk, 2020), pada perangkat lunak Smart-PLS atau perangkat lunak lainnya, pengujian tersebut dilakukan dengan menggunakan nilai *cross loadings*, kriteria *Fornell-Loarcker*, dan *Heterotrait-Monotrait* (HTMT).

3. Evaluasi Model Struktural

Tujuan dari model ini adalah untuk memastikan bahwa model struktural yang dibuat kuat dan akurat. Evaluasi model ini dilakukan dengan menggunakan *R-square* untuk konstruk dependen, *Stone-Geisser Q-square test* untuk relevansi prediktif, dan uji t serta signifikansi dari koefisien parameter. Berikut adalah penjelasannya:

- a. Analisis *R-Square* pada variabel laten endogen yakni 0,67; 0,33; 0,19 pada variabel laten endogen dalam model struktural memperlihatkan bahwa model "baik", "moderat", dan "lemah". Proses ini bertujuan untuk memperlihatkan seberapa besar proporsi variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh seluruh variabel independen. Interpretasi tersebut yakni perubahan nilai *r-square* digunakan dalam memberi penilaian terhadap pengaruh variabel laten independen tertentu pada variabel laten dependen apakah berpengaruh secara substantif.
- b. Analisis *multicollinearity* yakni menguji keberadaan dari multi kolinearitas pada model PLS-SEM yang dapat diketahui dari nilai *tolerance* atau *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai *tolerance* <0,20 atau *VIF*>5 maka diperkirakan adanya multikolinearitas.
- c. Analisis *F2* untuk *effect size* yakni analisis yang dilakukan untuk melihat tingkat *predictor* variabel laten. Nilai *F2* sebesar 0,02; 0,15 dan 0,35

mengindikasikan prediktor variabel laten berpengaruh lemah, sedang ataupun besar pada tingkat struktural.

d. Analisis *Q-square predictive* relevansi adalah analisis yang bertujuan mengukur seberapa baik nilai observasi dari model serta estimasi parameter. Apabila nilai *Q-square* >0 maka bernilai baik. Sementara *Q-square* 0 memperlihatkan kurangnya predictive relevance. Rumus yang digunakan ialah

$$Q^2 = 1 - (1 - R^2)(1 - R^2)$$

e. Analisis *Goodness of Fit* (GoF), berbeda dengan SEM berbasis kovarian, pada SEM-PLS pengujian GoF dilaksanakan manual sebab tidak termasuk pada output SmartPLS. Menurut Tenenhaus, kategori nilai GoF yakni 0,1; 0,25 dan 0,38 yang masuk pada kategori kecil, medium dan besar. Adapun rumus yang digunakan adalah:

$$GoF = \sqrt{AVE} \times \sqrt{R^2}$$

4. Pengujian Hipotesis (*Resampling Bootstrapping*)

Tahap berikutnya pada pengujian PLS-SEM ialah melaksanakan uji statistic atau uji t melalui analisis perolehan *bootstrapping* atau *path coefficients*. Uji hipotesis dilakukan untuk membandingkan antara t hitung dan t tabel. Apabila t hitung > tabel, maka hipotesis diterima. Selain itu, supaya mengetahui uji hipotesis pada PLS-SEM dapat diketahui dari *p-value*, apabila *p-value* < 0,05 maka hipotesis diterima dan sebaliknya. Berikut rumusan hipotesis yang diajukan:

a. Hipotesis Pertama

Ho : $\gamma_1 = 0$, artinya pemanfaatan *e-commerce* tidak berpengaruh pada minat berwirausaha

Ha : $\gamma_1 \neq 0$, artinya pemanfaatan *e-commerce* berpengaruh positif pada minat berwirausaha

b. Hipotesis Kedua

Ho : $\gamma_2 = 0$, artinya pemanfaatan media sosial tidak berpengaruh pada minat berwirausaha

Ha : $\gamma_2 \neq 0$, artinya pemanfaatan media sosial berpengaruh positif pada minat berwirausaha

c. Hipotesis Ketiga

Ho : $\gamma_3 = 0$, artinya lingkungan keluarga tidak berpengaruh pada minat berwirausaha

Ha : $\gamma_3 \neq 0$, artinya lingkungan keluarga berpengaruh positif pada minat berwirausaha

d. Hipotesis Keempat

Ho : $\gamma_4 = 0$, artinya minat berwirausaha tidak memediasi keputusan berwirausaha

Ha : $\gamma_4 \neq 0$, artinya minat berwirausaha memediasi keputusan berwirausaha