

## BAB III METODE PENELITIAN

### 3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini meneliti tentang pengaruh *entrepreneurial self-efficacy* terhadap *entrepreneurial intention* siswa Program Keahlian Bisnis Daring dan Pemasaran SMKN 11 Bandung. Menurut Uma & Roger, (2015:67) variabel bebas (*independent variable*) merupakan variabel yang mempengaruhi variabel terikat (*dependent variable*) baik secara positif maupun negatif. Sedangkan menurut Mcdaniel & Gates (2013) mendefinisikan variabel bebas sebagai sebuah simbol atau konsep dimana peneliti memiliki beberapa kontrol yang dihipotesiskan untuk menyebabkan atau mempengaruhi variabel terikat. Variabel bebas ( $X_1$ ) (*independent variable*) dalam penelitian ini adalah *entrepreneurial self-efficacy* yang terdiri dari *searching* ( $X_1$ ), *planning* ( $X_2$ ), *marshalling* ( $X_3$ ), dan *implementing* ( $X_4$ ). Sedangkan variabel terikat (*dependent variable*) menurut Uma & Roger, (2015:69) adalah variabel minat utama peneliti yang bertujuan untuk memahami dan menggambarkan variabel dependen, atau untuk menjelaskan variabilitasnya, atau memprediksinya. Variabel terikat (*dependent variable*) dalam penelitian ini adalah *entrepreneurial intention* (Y).

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan September 2019 dan dilakukan pada seluruh siswa SMKN 11 Bandung dengan unit analisis dalam penelitian ini adalah semua siswa program keahlian Bisnis Daring dan Pemasaran SMKN 11 Bandung yang akan dijadikan sebagai responden. Penelitian ini menggunakan *cross sectional study*, karena membutuhkan waktu kurang dari satu tahun. Menurut (Sekaran & Bougie, 2015) *cross sectional study* adalah sebuah studi yang dapat dilakukan dimana data dikumpulkan hanya sekali, dalam periode beberapa hari atau minggu atau bulan, untuk menjawab pertanyaan penelitian.

### 3.2 Metode Penelitian

#### 3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan

Berdasarkan pertimbangan tujuan penelitian, maka jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dan eksplanatif. Berdasarkan tingkat penjelasan

dan bidang penelitian, maka jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan eksplanatif. Penelitian deskriptif adalah jenis penelitian konklusif yang memiliki tujuan utama deskripsi dari sesuatu masalah (Sugiyono, 2013b). Penelitian deskriptif ini bertujuan untuk mendeskripsikan, memberi gambaran secara sistematis, faktual dan akurat, mengatasi fakta-fakta, serta hubungan antara fenomena yang diselidiki tanpa menghubungkan variabel lain atau membuat perbandingan. Tujuan dari penelitian deskriptif ini yaitu untuk mengetahui gambaran secara keseluruhan mengenai pengaruh *entrepreneurial self-efficacy* terhadap *entrepreneurial intention*.

Penelitian eksplanatif atau penelitian kausalitas yaitu penelitian untuk menguji kebenaran hubungan kausal (*cause and effect*) yaitu hubungan antara variabel independen (yang memengaruhi) dengan variabel dependen (yang dipengaruhi). Penelitian ini akan diuji kebenaran hipotesis melalui pengumpulan data di lapangan, mengenai pengaruh *entrepreneurial self-efficacy* terhadap *entrepreneurial intention* (Sugiyono, 2013; Sekaran dan Bougie, 2007).

Menurut jenis penelitian deskriptif dan eksplanatif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan, maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *explanatory survey*. Kesimpulan dari hasil penelitian survei ini berlaku umum (*general*) untuk seluruh wilayah yang menjadi sasaran. Berdasarkan pengertian *explanatory survey* menurut ahli, *explanatory survey* dilakukan untuk mengeksplorasi situasi masalah, yaitu untuk mendapatkan ide-ide dan wawasan ke dalam masalah yang dihadapi manajemen atau para peneliti tersebut. Pada penelitian yang menggunakan metode ini, informasi dari seluruh populasi dikumpulkan langsung di tempat kejadian dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari seluruh populasi terhadap objek yang sedang diteliti.

### **3.2.2 Operasional Variabel**

Operasional variabel merupakan penjelasan dari masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian terhadap indikator-indikator yang membentuknya (Musianto, 2002). Penelitian ini terdapat variabel yang diteliti yang diantaranya *entrepreneurial self-efficacy* sebagai variabel bebas (X) dengan sub variabel *searching* (X<sub>1</sub>), *planning* (X<sub>2</sub>), *marshalling* (X<sub>3</sub>), dan *implementing* (X<sub>4</sub>) serta *entrepreneurial*

*intention* sebagai variabel terikat (Y). Secara lengkap dalam penelitian ini, disajikan pada Tabel 3.1 di bawah ini.

**TABEL 3. 1**  
**OPERASIONAL VARIABEL**

Variabel/Sub Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
1	2	3	4	5	6
<i>Entrepreneurial Self-Efficacy (X)</i>	Keyakinan seseorang atas kemampuannya untuk dapat dengan sukses menjalankan suatu usaha (Mcgee et al., 2009)				
<i>Searching (X<sub>1</sub>)</i>	Kemampuan untuk mengidentifikasi dan mengembangkan gagasan/ide peluang usaha. Fase ini didasarkan pada bakat-bakat kreatif dan kemampuan berinovasi serta pandai menangkap dan memanfaatkan peluang usaha (Mcgee et al., 2009).	<i>Business opportunity</i>	Tingkat kemampuan mengidentifikasi peluang usaha	Interv	1-2
			Tingkat kemampuan menangkap peluang usaha		3-4
		<i>Creativity</i>	Tingkat kemampuan menciptakan gagasan/ide baru	al	5-6
			Tingkat kemampuan mengembangkan ide baru		7-8
		<i>Innovation</i>	Tingkat kemampuan mengeksekusi ide-ide kreatif ke dalam tindakan usaha		9-10
			Tingkat kemampuan melakukan inovasi tindakan usaha		11-14
<i>Planning (X<sub>2</sub>)</i>	Kemampuan untuk mengkonversi gagasan menjadi rencana bisnis yang dapat diwujudkan, ditandai dengan evaluasi gagasan atau	<i>Business plan</i>	Tingkat kemampuan mengubah konsep bisnis menjadi rencana bisnis baru	Interv	15-16
			Tingkat kemampuan menyusun rencana bisnis baru		17-27

	konsep bisnis serta mengubahnya kedalam bentuk rencana bisnis yang teknis (Mcgee et al., 2009).	<i>Evaluation of Business plan</i>	Tingkat kemampuan mengevaluasi rencana bisnis yang telah disusun		28-29
			Tingkat kemampuan merealisasikan rencana bisnis yang telah ditetapkan		30
	Kemampuannya untuk mampu memadukan semua sumber daya dalam mengubah rencana bisnis menjadi nyata (Mcgee et al., 2009).	<i>Colaborating</i>	Tingkat kemampuan melakukan upaya kolaborasi untuk mengubah rencana usaha menjadi nyata		31-32
			Tingkat kemampuan memperoleh hasil dari kolaborasi	Interval	33-34
<b>Marshalling</b> <b>(X<sub>3</sub>)</b>			Tingkat kemampuan membangun jaringan kerjasama dengan pihak lain untuk memulai bisnis baru		35-37
		<i>Networking</i>	Tingkat kemampuan mempertahankan kerjasama dengan pendukung rencana usaha		38-40
	Keyakinan atas kemampuannya untuk mampu menumbuhkan usaha dan memelihara keberlanjutannya di masa depan. Seorang wirausahawan yang baik mampu menerapkan keterampilan dan	<i>Business sustainability</i>	Tingkat kemampuan menerapkan prinsip-prinsip manajerial yang baik	Interval	41-42
<b>Implementing</b> <b>(X<sub>4</sub>)</b>			Tingkat kemampuan menghadapi stiuasi yang tidak pasti		43-44

	prinsip-prinsip managerial yang baik, membangun rencana strategis dan mengembangkan relasi bisnis dengan pemasok, pelanggan, karyawan, dan pemilik modal. (Mcgee et al., 2009).	<i>Business growth</i>	Tingkat kemampuan membangun rencana strategis bisnis yang efektif		45-46
			Tingkat kemampuan untuk mengembangkan relasi bisnis		47-48
<b><i>Entrepreneurial Intention (Y)</i></b>	Keinginan atau niat individu untuk menerapkan konsep bisnis yang mengarah pada penciptaan bisnis baru (Van Gelderen, 2008).				
			Tingkat kepercayaan terhadap keinginan untuk memulai usaha		49-50
		<i>Self-confidence</i>	Tingkat keyakinan terhadap kemampuan diri untuk memulai usaha		51-52
<b><i>Desires</i></b>	Sesuatu dalam diri seseorang yang berupa keinginan atau hasrat yang tinggi untuk memulai suatu usaha (Van Gelderen, 2008)	<i>Visioner</i>	Tingkat kemampuan untuk melihat masa depan dalam mendukung keinginan memulai usaha	<i>Interv al</i>	53-54
			Tingkat optimisme untuk mewujudkan keinginan memulai usaha		55-56
			Tingkat keinginan kuat dalam diri untuk memulai usaha		57-58
		<i>Ambition</i>	Tingkat kemampuan menunjukkan sikap ambisinya dalam memulai usaha		58-59
<b><i>Preferences</i></b>	Sesuatu dalam diri seseorang yang menunjukkan bahwa memiliki usaha atau bisnis yang mandiri adalah suatu	<i>Achievement</i>	Tingkat tanggungjawab mengejar keberhasilan dalam memilih usahanya	<i>Interv al</i>	61
			Tingkat dorongan berprestasi untuk		62-63

<i>Plans</i>	kebutuhan yang harus dipilihnya (Van Gelderen, 2008).	<i>Personality freedom</i>	mewujudkan pilihan usaha	
			Tingkat kebebasan individu dalam membuat keputusan untuk pilihan usahanya	
	Harapan dan rencana yang ada dalam diri seseorang untuk memulai suatu usaha di masa yang akan datang (Van Gelderen, 2008).	<i>Business goals</i>	Tingkat kemampuan menyusun tujuan usaha dalam memulai usaha	67-68
			Tingkat komitmen untuk mereliasasikan tujuan yang telah ditetapkan untuk mewujudkan rencana usahanya	69
		<i>Business type</i>	Tingkat keberanian memilih jenis usaha dalam memulai usaha	70
			Tingkat kemampuan menyesuaikan jenis bisnis yang dipilih dengan <i>passion</i> yang dimiliki	<i>Interval</i> 71
		<i>Resources</i>	Tingkat kemampuan mempersiapkan sumber daya yang akan dilibatkan dalam rangka mendukung memulai usaha	72-73
			Tingkat kemampuan untuk mengelola sumber daya yang mendukung rencana usaha	74
		<i>Time</i>	Tingkat kemampuan <i>manage</i> waktu	75

			dalam dalam mewujudkan dalam merencanakan usaha	
			Tingkat kemampuan memprediksi tantangan dalam jangka waktu yang tidak pasti	76
<b>Behavior Expectancy</b>	Tinjauan atas suatu kemungkinan untuk berwirausaha dengan diikuti oleh target dimulainya sebuah bisnis (Gelderen, 2008).	<i>Business behavior</i>	Tingkat kemampuan menunjukkan perilaku bisnis	<i>Interval</i> 77-78
			Tingkat kesiapan diri melakukan apa saja untuk berbisnis	79
		<i>Target</i>	Tingkat kemampuan dalam menentukan target yang akan dicapai	80
			Tingkat tanggungjawab untuk mewujudkan target-target yang telah ditetapkan	81-82

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2019

### 3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Untuk kepentingan penelitian ini, jenis dan sumber data diperlukan dikelompokkan ke dalam 2 golongan yaitu:

#### 1. Data Primer

Menurut Mcdaniel & Gates (2016) menyatakan bahwa data primer adalah data baru yang dikumpulkan untuk membantu memecahkan masalah dalam penyelidikan/penelitian. Sedangkan Uma & Roger (2016) mendefinisikan data primer sebagai data yang dikumpulkan langsung untuk analisis selanjutnya untuk mencari solusi terhadap masalah yang diteliti. Dari penelitian ini data yang akan diambil yaitu data berupa tanggapan dari peserta mengenai pengaruh *searching*, *planning*, *marshalling*, *implementing* dan *entrepreneurial intention*.

#### 2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang telah dikumpulkan berupa variabel, 64ias64l atau konsep yang 64ias mengasumsikan salah satu dari seperangkat nilai (Mcdaniel & Gates, 2016). Sedangkan menurut Uma & Roger (2016) data sekunder adalah data yang sudah ada dan tidak dikumpulkan oleh peneliti secara langsung. Untuk lebih jelasnya mengenai data dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, maka peneliti mengumpulkan dan menyajikannya dalam bentuk Tabel 3.2 berikut.

**TABEL 3. 2**  
**JENIS DAN SUMBER DATA**

NO.	DATA	SUMBER DATA	JENIS DATA
1.	Persentase Rata-Rata Bidang Pekerjaan Yang Didapatkan Siswa Lulusan SMKN 11 Bandung (2017-2019)	SMKN 11 Bandung	Sekunder
2.	Presentase Pencari Kerja Berdasarkan Tingkat Pendidikan Di Kota Bandung	Dinas Ketenagakerjaan Kota Bandung	Sekunder

### **3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling**

#### **3.2.4.1 Populasi**

Menurut Uma & Roger (2016), populasi mengacu pada seluruh kelompok orang, peristiwa, atau hal-hal menarik yang ingin diteliti oleh seorang peneliti. Data populasi digunakan untuk pengambilan keputusan atau digunakan untuk pengujian hipotesis. Dalam pengumpulan data akan selalu dihadapkan dengan objek yang akan diteliti baik itu berupa benda, manusia, dan aktivitasnya atau peristiwa yang terjadi. Populasi yang diteliti dalam penelitian ini adalah seluruh siswa Program Keahlian Bisnis Daring dan Pemasaran SMKN 11 Bandung yang berukuran 230 siswa dari kelas X,XI, dan XII. Berikut pada Tabel 3.3 disajikan rincian mengenai jumlah siswa Program Keahlian Bisnis Daring dan Pemasaran SMKN 11 Bandung angkatan 2017-2019.

**TABEL 3.3**  
**JUMLAH SISWA PROGRAM KEAHLIAN**  
**BISNIS DARING DAN PEMASARAN**  
**SMKN 11 BANDUNG ANGGKATAN 2017-2019**

No.	Kelas	Sub Kelas	Jumlah
1.	X-BDP	X-BDP 1	31 siswa
		X-BDP 2	33 siswa
		X-BDP 3	35 siswa
2.	XI-BDP	XI-BDP 1	30 siswa
		XI-BDP 2	35 siswa
3.	XII-BDP	XI-BDP 1	35 siswa
		XI-BDP 2	31 siswa
<b>Total Keseluruhan</b>			<b>230 siswa</b>

Sumber : SMKN 11 Bandung, 2019

#### 3.2.4.2 Sampel

Masalah pokok dari sampel adalah menjawab pertanyaan, apakah sampel yang diambil benar-benar mewakili populasi. Indikator penting dalam pengujian desain sampel adalah seberapa baik sampel tersebut mewakili karakteristik populasi. Sampel adalah bagian dari populasi (Sekaran & Bougie, 2015). Sedangkan menurut Mcdaniel & Gates (2016), sampel dapat didefinisikan sebagai bagian dari semua anggota populasi yang diminati.

Melihat pengertian sampel di atas, maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagian dari populasi penelitian. Menentukan sampel dari populasi perlu melakukan pengukuran yang dapat menghasilkan jumlah. Menghitung sampel dilakukan dengan menggunakan pengukuran sample dari Slovin (Sevilla, 1992), yaitu sebagi berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

#### Keterangan :

$n$  = Jumlah sampel

$N$  = Jumlah populasi

$e$  = Margin error (tingkat kesalahan) 5 % = 0,05

Jumlah penghitungan sampel :

$$n = \frac{230}{1 + 250 \cdot (0,05)^2}$$

$$n = \frac{230}{1 + 0.575}$$

$$n = \frac{230}{1,575}$$

$$n = 146$$

Berdasarkan perhitungan di atas dengan menggunakan rumus Slovin, maka dalam penelitian ini jumlah sampel minimal yang dibutuhkan adalah sebanyak 146 orang responden.

### 3.2.4.3 Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, sehingga dapat diperoleh nilai karakteristik perkiraan (*estimate value*). Uma & Roger (2016) sampling adalah proses pemilihan jumlah elemen yang tepat dari populasi, sehingga sampel penelitian dan pemahaman tentang sifat atau karakteristik memungkinkan bari kita untuk menggeneralisasi sifat atau karakteristik tersebut pada elemen populasi. Terdapat tipe teknik sampling yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling*.

*Probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dimana setiap elemen atau anggota populasi memiliki peluang atau kemungkinan yang diketahui untuk dipilih sebagai sampel. *Probability sampling* dari *simple random sampling*, *systematic random sampling*, *stratification sampling*, dan *cluster sampling*. Sedangkan *nonprobability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dimana setiap elemen atau anggota dalam populasi tidak memiliki peluang yang diketahui atau telah ditentukan sebelumnya untuk dipilih sebagai sampel. *Nonprobability sampling* terdiri dari *convenience sampling*, *purposive sampling*, *judgement sampling* dan *quota sampling* (Sekaran & Bougie, 2015),

Adapun teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *simple random sampling*. *Simple random sampling* (sampling acak sederhana) merupakan cara pengambilan sampel, dimana setiap elemen dalam populasi memiliki probabilitas seleksi yang diketahui dan setara. Setiap elemen dipilih secara independen dari setiap elemen lain, dan sampel diambil dengan prosedur acak dari kerangka

sampling (Sekaran & Bougie, 2016:249). Alasan pemilihan *simple random sampling* ini karena penulis memiliki kerangka sampling anggota populasi berisikan nama dan alamat *email* siswa program keahlian bisnis daring dan pemasaran SMKN 11 Bandung. Thompson (2012:11), mengatakan bahwa “*Simple random sampling, or random sampling without replacement, is a sampling design in which n distinct units are selected from the N units in the population in such a way that every possible combination of m units is equally likely to be the sample selected.*” Teknik sampling secara random dapat dilakukan dengan dua acara yaitu :

1. Menggunakan cara undian
2. Menggunakan tabel bilangan random

Berdasarkan penjelasan di atas, maka penentuan jumlah sampel yang diambil untuk memilih siswa program keahlian Bisnis Daring dan Pemasaran SMKN 11 Bandung dapat dijelaskan dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$ni = \frac{Ni}{N} \times n$$

(Rasyid, 2003:29)

Keterangan :

- ni = jumlah sampel setiap sub kelas  
 Ni = jumlah populasi sub kelas  
 N = jumlah populasi keseluruhan  
 n = jumlah sampel keseluruhan

Dengan demikian hasil dari perhitungan ukuran sampel berdasarkan sub kelas adalah sebagai berikut :

**TABEL 3.4**  
**SEBARAN SAMPEL PADA SETIAP SUB KELAS**  
**PROGRAM KEAHLIAN BISNIS DARING DAN PEMASARAN**  
**SMKN 11 BANDUNG**

No.	Sub Kelas	Jumlah Populasi	Jumlah Sampel
1.	X-BDP 1	31	20
2.	X-BDP 2	33	21

3.	X-BDP 3	35	22
4.	XI-BDP 1	30	19
5.	XI-BDP 2	35	22
6.	XII-BDP 1	35	22
7.	XII-BDP 2	31	20
<b>Jumlah</b>		<b>230</b>	<b>146</b>

Sumber : Pengolahan Data, 2019

### 3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk menjawab rumusan masalah penelitian. Menurut Sekaran & Bougie (2015) teknik pengumpulan data merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari desain penelitian. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah:

1. Studi dokumentasi, yaitu pengumpulan data dengan cara mempelajari buku, makalah, jurnal maupun *homepage/website* guna memperoleh informasi yang berhubungan dengan teori-teori dan konsep-konsep yang berkaitan dengan masalah penelitian atau variabel yang diteliti yaitu *entrepreneurial self-efficacy* dan *entrepreneurial intention*.
2. Observasi merupakan metode pengumpulan data dengan melakukan pengamatan terhadap objek penelitian yaitu siswa program studi pemasaran SMKN 11 Bandung.
3. Wawancara adalah kegiatan pengumpulan data dan fakta dengan cara melakukan tanya jawab yang berkaitan dengan penelitian. Teknik wawancara dilakukan dengan maksud mendapatkan informasi dengan mengenai implementasi *entrepreneurial self-efficacy* kepada siswa program keahlian bisnis daring dan pemasaran SMKN 11 Bandung.
4. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data primer yang dilakukan dengan cara menyebarkan seperangkat daftar pertanyaan atau pernyataan tertulis mengenai karakteristik responden, pengalaman responden setelah berkunjung

dan pelaksanaan implementasi *entrepreneurial self-efficacy* serta *entrepreneurial intention*. Kuisisioner akan ditujukan kepada semua siswa program keahlian bisnis daring dan pemasaran SMKN 11 Bandung secara *online* melalui *google form* yang dikirim secara langsung melalui *email*/media sosial responden.

Untuk mengetahui lebih jelas bagaimana teknik pengumpulan data dalam penelitian ini, maka peneliti mengumpulkan dan menyajikan dalam Tabel 3.4 berikut :

**TABEL 3.5**  
**TEKNIK PENGUMPULAN DATA**

No.	Teknik Pengumpulan Data	Sumber Data
1	Wawancara	Guru kewirausahaan dan siswa-siswi SMKN 11 Bandung
2	Observasi	Pelaksanaan implementasi <i>entrepreneurial self-efficacy</i> pada siswa SMKN 11 Bandung
3	Kuisisioner	Siswa Program Keahlian Bisnis Daring dan Pemasaran SMKN 11 Bandung
4	Studi dokumentasi	Teori <i>entrepreneurial self-efficacy</i> dan <i>entrepreneurial intention</i>

Sumber : Hasil Pengolahan Data Sekunder, 2019

### 3.2.6 Pengujian Validitas dan Realibilitas

Setelah data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner terkumpul, selanjutnya adalah mengolah dan menafsirkan data sehingga dari hasil tersebut dapat dilihat apakah antara variabel *entrepreneurial self-efficacy* (X) ada pengaruhnya atau tidak terhadap variabel *entrepreneurial intention* (Y). Sebelum melakukan analisis data, dan juga untuk menguji layak atau tidaknya kuesioner yang disebarkan kepada responden, terlebih dahulu dilakukan Uji Validitas dan Uji Reliabilitas untuk melihat tingkat kebenaran serta kualitas data.

#### 3.2.6.1 Pengujian Validitas

Uma & Roger (2016:220) menjelaskan bahwa validitas adalah tes tentang seberapa baik instrumen, teknik, atau proses yang digunakan untuk mengukur konsep memang mengukur konsep yang dimaksud. Validitas internal (*internal validity*) atau rasional yaitu bila kriteria yang ada dalam instrumen secara rasional

(teoritis) telah mencerminkan apa yang diukur. Sedangkan validitas eksternal (*external validity*), bila kriteria di dalam instrumen disusun berdasarkan fakta-fakta empiris yang telah ada. Rumus yang digunakan untuk menguji validitas adalah rumus Korelasi *Product Moment* yang dikemukakan oleh Pearson sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n\sum X^2 - (\sum X)^2\}\{n\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan :

$r_{xy}$  = Koefisien korelasi *product moment*

X = Skor yang diperoleh subjek seluruh item

Y = SKor Total

n = Jumlah sampel

$\sum X$  = Jumlah skor dalam distribusi

$\sum XY$  = Jumlah skor dalam distribusi Y

$\sum X^2$  = Jumlah kuadrat faktor variabel X

$\sum Y^2$  = Jumlah kuadrat faktor variabel Y

Dimana:  $r_{xy}$  = Koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y, dua variabel yang dikorelasikan.

Keputusan pengujian validitas responden menggunakan taraf signifikansi sebagai berikut:

1. Item pernyataan-pernyataan responden penelitian dikatakan valid jika  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  ( $r_{hitung} > r_{tabel}$ ).
2. Item pernyataan-pernyataan responden penelitian dikatakan tidak valid jika  $r_{hitung}$  lebih kecil atau sama dengan  $r_{tabel}$  ( $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ ).

Teknik perhitungan yang digunakan untuk menganalisa tes ini adalah teknik korelasi biasa, yakni korelasi antara skor-skor tes yang divalidasikan dengan skor-skor tes tolak ukurnya dari peserta yang sama. Selanjutnya perlu diuji apakah koefisien validitas tersebut signifikan terhadap taraf signifikan tertentu, artinya adanya koefisien

validitas tersebut bukan karena faktor kebetulan, diuji dengan rumus statistik t sebagai berikut.

$$t = \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} : db = n - 2$$

Sumber: Suharsimi Arikunto (2013:239)

Keputusan pengujian validitas menggunakan taraf signifikansi dengan kriteria sebagai berikut:

1. Nilai t dibandingkan dengan harga  $t_{\text{tabel}}$  dengan  $dk = n-2$  dan taraf signifikansi  $\alpha = 0,05$ .
2. Jika  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$  maka pertanyaan tersebut valid.
3. Jika  $t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}}$  maka pertanyaan tersebut tidak valid.

Pengujian validitas diperlukan untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan untuk mencari data primer dalam sebuah penelitian dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya terukur. Dalam penelitian ini yang akan diuji adalah validitas dari instrumen *entrepreneurial self-efficacy* sebagai variabel bebas (X) dan *entrepreneurial intention* sebagai variabel terikat (Y).

### 3.2.6.2 Hasil Pengujian Validitas

Hasil uji coba pengujian validitas pada variabel *Entrepreneurial self-efficacy* (X) dan variabel *Entrepreneurial Intention* (Y) berdasarkan jawaban responden atas pernyataan pada item instrumen yang diajukan. Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan *SPSS (Statistical Product for Service Solution) 22.0 for Windows* dan uji statistik t yang dilakukan dengan bantuan *Microsoft Excel 2013 for Windows 10*. Jumlah pertanyaan untuk variabel X sebanyak 48 item dan variabel Y sebanyak 34 item. Berdasarkan kuisioner yang diuji pada 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat bebas ( $df = n-2$ ) ( $30-2=28$ ), maka diperoleh nilai  $r_{\text{tabel}}$  sebesar 0,361 dari tabel hasil pengujian. Berikut hasil uji validitas variabel *Entrepreneurial self-efficacy* (X) ditunjukkan pada Tabel 3.6 berikut ini.

**TABEL 3.6**  
**HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL X**  
**(ENTREPRENEURIAL SELF-EFFICACY)**

No.	Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Ket.
<i>Searching</i>				
1.	Kemampuan mengenali peluang usaha	0,472	0,361	Valid
2.	Kemampuan memilah peluang usaha yang ada	0,656	0,361	Valid
3.	Kemampuan memilih peluang usaha yang ada	0,410	0,361	Valid
4.	Kemampuan memanfaatkan peluang usaha dilingkungan sekitar	0,791	0,361	Valid
5.	Kemampuan menciptakan ide-ide (usaha) baru	0,728	0,361	Valid
6.	Kemampuan mengembangkan ide (usaha) telah ada	0,658	0,361	Valid
7.	Kemampuan merealisasikan pengembangan ide yang telah ada	0,737	0,361	Valid
8.	Kemampuan merealisasikan ide (usaha) baru	0,833	0,361	Valid
9.	Kemampuan menentukan ide-ide kreatif kedalam suatu tindakan (praktik) usaha	0,731	0,361	Valid
10.	Kemampuan merealisasikan tindakan (usaha) sesuai dengan caranya sendiri	0,656	0,361	Valid
11.	Kemampuan mendesain produk baru yang dibutuhkan pelanggan	0,758	0,361	Valid
12.	Kemampuan mendesain layanan baru yang dibutuhkan pelanggan	0,689	0,361	Valid
13.	Kemampuan melakukan inovasi dalam mendesain produk baru	0,694	0,361	Valid
14.	Kemampuan melakukan inovasi dalam mendesain layanan baru	0,645	0,361	Valid
<i>Planning</i>				
15.	Kemampuan mengubah gagasan/ide menjadi sebuah rencana bisnis	0,725	0,361	Valid
16.	Kemampuan menganalisa permintaan pelanggan terhadap produk yang dibutuhkan	0,547	0,361	Valid
17.	Kemampuan menganalisa permintaan pelanggan terhadap layanan yang dibutuhkan	0,499	0,361	Valid
18.	Kemampuan menganalisa harga suatu produk dipasaran	0,526	0,361	Valid
19.	Kemampuan menganalisa harga suatu layanan dipasaran	0,369	0,361	Valid
20.	Kemampuan menentukan harga yang kompetitif untuk produk baru	0,658	0,361	Valid
21.	Kemampuan menentukan harga yang kompetitif untuk layanan baru	0,655	0,361	Valid
22.	Kemampuan menganalisa modal awal yang diperlukan untuk memulai usaha baru	0,734	0,361	Valid
23.	Kemampuan mencari sumber permodalan awal untuk memulai usaha baru	0,690	0,361	Valid
24.	Kemampuan merancang strategi pemasaran yang efektif untuk menjual produk	0,744	0,361	Valid
25.	Kemampuan merancang strategi pemasaran yang efektif untuk menjual layanan	0,591	0,361	Valid

Rinaldy Agustian, 2020

**PENGARUH ENTREPRENEURIAL SELF-EFFICACY TERHADAP ENTREPRENEURIAL INTENTION (SURVEI PADA SISWA PROGRAM STUDI BISNIS DARING DARING DAN PEMASARAN SMKN 11 BANDUNG)**

26.	Kemampuan menerapkan strategi pemasaran yang telah dirancang	0,585	0,361	Valid
27.	Kemampuan melakukan evaluasi terhadap gagasan/ide bisnis yang telah diciptakan	0,602	0,361	Valid
28.	Keyakinan untuk merealisasikan semua rencana bisnis yang telah disusun	0,504	0,361	Valid
29.	Kemampuan merubah rencana bisnis menjadi sebuah tindakan bisnis	0,429	0,361	Valid
<i>Marshalling</i>				
30.	Kemampuan membangun kolaborasi dengan pihak lain untuk mendukung rencana usaha	0,548	0,361	Valid
31.	Kemampuan bersikap profesional dalam menjalin kolaborasi dengan pihak lain	0,695	0,361	Valid
32.	Kemampuan meyakinkan orang lain untuk percaya terhadap rencana usaha baru	0,616	0,361	Valid
33.	Kemampuan memiliki kemampuan berkomunikasi dengan baik untuk menarik dukungan terhadap rencana bisnis	0,402	0,361	Valid
34.	Kemampuan membangun kerjasama dengan para investor	0,719	0,361	Valid
35.	Kemampuan membangun kerjasama dengan pemasok	0,651	0,361	Valid
36.	Kemampuan membangun kerjasama dengan pelanggan	0,592	0,361	Valid
37.	Kemampuan mempertahankan kerjasama dengan investor	0,709	0,361	Valid
38.	Kemampuan memelihara kerjasama dengan pelanggan	0,530	0,361	Valid
<i>Implementing</i>				
39.	Kemampuan menerapkan prinsip-prinsip manajerial yang baik	0,614	0,361	Valid
40.	Kemampuan mengendalikan semua sumber daya yang ada	0,573	0,361	Valid
41.	Kemampuan mengelola keuangan dengan baik	0,525	0,361	Valid
42.	Kemampuan menghadapi situasi yang tak pasti	0,514	0,361	Valid
43.	Kemampuan membangun rencana strategis bisnis yang baik	0,527	0,361	Valid
44.	Kemampuan merealisasikan rencana strategis yang telah dirancang	0,762	0,361	Valid
45.	Kemampuan mengembangkan relasi dengan pelanggan	0,580	0,361	Valid
46.	Kemampuan mengembangkan relasi dengan pemilik modal	0,548	0,361	Valid

Sumber : Survei Penelitian, 2020

Berdasarkan Tabel 3.6 dapat dilihat bahwa hasil pengujian validitas seluruh item variabel *entrepreneurial self-efficacy* dinyatakan sudah valid (rhitung > rtabel), artinya setiap indikator sudah dapat mengukur apa yang dapat diukur, dengan kata lain alat ukur yang dipilih sudah benar. Berdasarkan hasil pengujian pada instrumen variabel *entrepreneurial self-efficacy* dimensi *searching* dengan pernyataan “kemampuan

merealisasikan ide (usaha) baru" memiliki nilai tertinggi dengan  $r_{hitung}$  0,833 dan  $t_{hitung}$  7,967. Nilai terendah terdapat pada dimensi *planning* dengan pernyataan "kemampuan menganalisa harga suatu layanan dipasaran" dengan nilai  $r_{hitung}$  0,369. Adapun hasil uji validitas variabel *entrepreneurial intention* dapat dilihat pada Tabel 3.7 di bawah ini.

**TABEL 3.7**  
**HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL Y**  
**(ENTREPRENEURIAL INTENTION)**

No.	Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Ket.
<i>Desires</i>				
47.	Kepercayaan diri yang tinggi untuk memulai usaha baru	0,419	0,361	Valid
48.	Keyakinan untuk sukses menjalankan usaha	0,735	0,361	Valid
49.	Keyakinan atas kelebihan yang dimiliki untuk melakukan tindakan usaha	0,701	0,361	Valid
50.	Kemampuan melihat kedepan, melebihi penglihatan orang lain.	0,693	0,361	Valid
51.	Orientasi terhadap keberhasilan dimasa depan	0,711	0,361	Valid
52.	Optimisme dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan	0,790	0,361	Valid
53.	Konsistensi terhadap prinsip yang dipegang	0,637	0,361	Valid
54.	Keinginan kuat menjadi wirausaha sukses	0,591	0,361	Valid
55.	Semangat yang tinggi untuk mengejar harapan	0,521	0,361	Valid
56.	Keinginan menunjukkan ambisinya kepada orang lain	0,762	0,361	Valid
57.	Kedisiplinan terhadap waktu yang dimiliki	0,543	0,361	Valid
<i>Preferences</i>				
58.	Tanggungjawab mengejar keberhasilan dalam kegiatan usaha yang dilakukan	0,671	0,361	Valid
59.	Motivasi untuk mengejar prestasi	0,772	0,361	Valid
60.	Kebebasan dalam membuat keputusan yang diambil	0,848	0,361	Valid
61.	Kebebasan dalam merencanakan aktivitas yang dilakukan	0,828	0,361	Valid
62.	Kebebasan dalam menjalin relasi dengan pihak lain	0,765	0,361	Valid
<i>Plans</i>				
63.	Kemampuan menentukan tujuan usaha	0,624	0,361	Valid
64.	Semangat tinggi untuk mewujudkan tujuan usaha	0,625	0,361	Valid
65.	Kemampuan menentukan pilihan jenis bisnis yang akan dijalankan	0,754	0,361	Valid
66.	Kemampuan menyesuaikan pilihan bisnis dengan <i>passion</i> bisnis yang dimiliki	0,646	0,361	Valid
67.	Kemampuan mempersiapkan sumber daya yang akan dilibatkan	0,530	0,361	Valid
68.	Kemampuan mengarahkan sumber daya yang ada	0,669	0,361	Valid
69.	Kemampuan <i>manage</i> waktu dengan baik dalam menjalankan usaha	0,619	0,361	Valid
70.	Kemampuan memilih waktu yang tepat untuk mengatasi tantangan yang akan dihadapi	0,640	0,361	Valid
<i>Behavior Expectancy</i>				

71.	Kemampuan menunjukkan perilaku positif dalam berwirausaha	0,757	0,361	Valid
72.	Kemampuan menunjukkan kesiapan diri untuk berwirausaha	0,775	0,361	Valid
73.	Kemampuan menjalin komunikasi yang baik dengan pihak lain	0,799	0,361	Valid
74.	Kemampuan menentukan target dalam mencapai tujuan usaha	0,775	0,361	Valid

Sumber : Survei Penelitian, 2020

Berdasarkan Tabel 3.7 dapat dilihat bahwa hasil pengujian validitas seluruh item variabel *entrepreneurial intention* dapat dinyatakan sudah valid ( $r_{hitung} > r_{tabel}$ ), artinya setiap indikator sudah dapat mengukur apa yang dapat diukur, dengan kata lain alat ukur yang dipilih sudah benar. Berdasarkan hasil pengujian pada instrumen variabel *Entrepreneurial Intention* pada dimensi *preferences* dengan pernyataan “Kebebasan dalam membuat keputusan yang diambil” dengan  $r_{hitung}$  0,848 memiliki nilai tertinggi. Nilai terendah terdapat pada dimensi *desires* dengan pernyataan “Kepercayaan diri yang tinggi untuk memulai usaha baru” dengan nilai  $r_{hitung}$  0,419.

### 3.2.6.3 Pengujian Reliabilitas

Pengujian reliabilitas menunjukkan bahwa setiap instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data, karena instrument tersebut sudah baik dan dapat menghasilkan data yang dapat dipercaya. Pengujian reliabilitas instrument dilakukan dengan rentang skor angka menggunakan rumus *cronbach alpha*. Walaupun secara teori besarnya koefisien reliabilitas berkisar 0,00 – 1,00, tetapi, pada kenyataannya koefisien reliabilitas sebesar 1,00 tidak pernah tercapai dalam suatu pengukuran karena manusia sebagai subjek psikologis penelitian merupakan sumber kekeliruan yang potensial. Rumus *cronbach alpha* digunakan untuk mencari reliabilitas instrumen yang skornya bukan 1 dan 0, misalnya angket atau soal bentuk uraian, adapun rumusnya sebagai berikut:

$$r_{11} = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan:

$r_{11}$	= Reliabilitas Instrumen
$k$	= Banyaknya Butir
$\sum \sigma_b^2$	= Jumlah Varians Butir
$\sigma_t^2$	= Varians Total

Jumlah varian butir dapat dicari dengan cara mencari nilai varian tiap butir, kemudian jumlahkan seperti berikut ini:

$$\sigma = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{n}}{n}$$

(Umar, 2008:170)

Keterangan:

$\sigma$  = Nilai Varian

$n$  = Jumlah Sampel

$x$  = Nilai skor yang dipilih (total nilai dari nomor-nomor butir pertanyaan).

Adapun kaidah keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Jika koefisien internal seluruh item  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$  dengan tingkat signifiknsi 5% maka item pertanyaan dikatakan reliabel.
2. Jika koefisien internal seluruh item  $r_{hitung} \leq r_{tabel}$  dengan tingkat signifikansi 5% maka item pertanyaan dikatakan tidak reliabel.

#### 3.2.6.4 Hasil Pengujian Reliabilitas

Berdasarkan jumlah kuisioner yang diuji kepada 30 responden dengan tingkat signifikansi 5 % dan derajat kebebasan ( $df = n-2$ ) ( $30-2= 28$ ) didapatkan nilai  $r_{tabel}$  0,361. Hasil pengujian reliabilitas instrumen dilakukan menggunakan program *SPSS 22.0 for Windows* diketahui bahwa semua variabel reliabel karena memiliki  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$ . Hal tersebut dapat dilihat pada Tabel 3.8 mengenai hasil pengujian reliabilitas.

**TABEL 3.8**  
**HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS**

No.	Variabel	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Ket.
1.	<i>Searching</i>	0,907	0,361	Reliabel
2.	<i>Planning</i>	0,870	0,361	Reliabel
3.	<i>Marshalling</i>	0,797	0,361	Reliabel
4.	<i>Implementing</i>	0,712	0,361	Reliabel
5.	<i>Entrepreneurial Intention</i>	0,902	0,361	Reliabel

Sumber: Survei Penelitian 2020

Berdasarkan Tabel 3.7 di atas, dapat dilihat bahwa hasil pengujian reliabilitas seluruh dimensi *entrepreneurial self-efficacy* dan variabel *entrepreneurial intention* dinyatakan reliabel karena  $r_{hitung}$  lebih besar daripada  $r_{tabel}$  ( $r_{hitung} > r_{tabel}$ ). Pada instrumen variabel *Entrepreneurial Intention* memiliki nilai tertinggi dengan  $r_{hitung}$  0,902. Sedangkan, nilai terendah pada dimensi *implementing* dengan  $r_{hitung}$  0,712.

### 3.2.7 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan langkah untuk menganalisis data yang telah dikumpulkan secara statistik untuk melihat apakah hipotesis yang dihasilkan telah didukung oleh data (Sekaran, 2003). Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket atau kuesioner. Kuesioner disusun oleh peneliti berdasarkan variabel-variabel yang terdapat dalam penelitian.

Kegiatan analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahap, diantaranya:

1. *Editing*, yaitu pemeriksaan kuisisioner dimana data mentah (*raw data*) diperiksa dari kesalahan yang dilakukan oleh pewawancara atau responden. Pemeriksaan tersebut menyangkut kelengkapan pengisian kuisisioner secara menyeluruh.
2. *Skoring*, yaitu menghitung bobot nilai dengan skala interval. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala interval mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif sebagai berikut.

**TABEL 3.9**  
**SKOR ALTERNATIF**

Alternatif Jawaban	Sangat Tinggi/ Sangat Baik/ Sangat Sering	Rentang Jawaban							Sangat Rendah/ Sangat Buruk/ Sangat Jarang
		7	6	5	4	3	2	1	
<b>Positif</b>		7	6	5	4	3	2	1	
		1	2	3	4	5	6	7	<b>Negatif</b>

Sumber: Modifikasi dari Sekaran & Bougie (2013)

3. Tabulasi, yaitu suatu proses sederhana untuk menghitung jumlah observasi yang diklasifikasikan kedalam beberapa kategori. Kemudian dihitung dan dijumlahkan sampai terwujud dalam bentuk tabel yang berguna.

**TABEL 3.10**  
**TABULASI DATA PENELITIAN**

Resp.	Skor Item						Total
	1	2	3	4	...	N	
1							
2							
...							
N							

Pengujian, untuk menguji hipotesis di mana metode analisis yang digunakan dalam penelitian kuantitatif ini adalah metode eksplanatif, maka dilakukan analisis jalur (*path analysis*). Karena penelitian ini menganalisis hubungan korelasi dua variabel, yaitu *entrepreneurial self-efficacy* (X) yang memiliki dimensi *searching* (X<sub>1</sub>), *planning* (X<sub>2</sub>), *marshalling* (X<sub>3</sub>), dan *implementing* (X<sub>4</sub>) terhadap *entrepreneurial intention* (Y) maka digunakan *path analysis*.

### 3.2.7.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif atau disebut juga statistik deskriptif merupakan statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2014). Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket. Angket ini disusun berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian. Langkah-langkah cara pengujian analisis deskriptif adalah sebagai berikut:

#### 1. Statistik Deskriptif

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian, antara lain:

##### a. Analisis deskriptif *entrepreneurial self-efficacy* (X)

Variabel X terfokus pada penelitian terhadap *entrepreneurial self-efficacy* yang melalui: 1) *searching*, 2) *planning*, 3) *marshalling*, dan 4) *implementing*.

##### b. Analisis deskriptif *entrepreneurial intention* (Y)

Variabel Y terfokus pada penelitian terhadap *entrepreneurial intention* yang melalui: 1) *desires*, 2) *preferences*, 3) *plans*, dan 4) *behavior expectancy*.

## 2. *Cross Tab* (Tabel Silang)

Dalam menganalisis data hasil jawaban responden dilakukan analisa *cross tab* yaitu merupakan analisis yang dilakukan untuk melihat apakah terdapat hubungan deskriptif antara dua variabel atau lebih dalam data yang diperoleh (Maholtra, 2009). Analisis *cross tab* merupakan analisa yang masuk dalam kategori statistik deskripsi dimana menampilkan tabulasi silang atau tabel kontigensi yang menunjukkan suatu distribusi bersama dengan pengujian hubungan antara dua variabel atau lebih. Analisa tabulasi silang adalah metode analisa yang paling sederhana tetapi memiliki daya menerangkan yang cukup jelas untuk menjelaskan hubungan antar variabel (Singarimbun, 2005:273). Untuk mengkategorikan hasil perhitungan, digunakan kriteria penafsiran persentase yang diambil dari 0% sampai 100%. Penafsiran pengolahan data berdasarkan batas-batas disajikan pada Tabel 3.11 Kriteria Penafsiran Hasil Perhitungan Data Deskriptif sebagai berikut.

**TABEL 3.11**  
**KRITERIA PENAFSIRAN HASIL PERHITUNGAN DATA DESKRIPTIF**

No	Kriteria Penafsiran	Keterangan
1	0%	Tidak Seorangan
2	1% - 25%	Sebagian Kecil
3	26% - 49%	Hampir Setengahnya
4	50%	Setengahnya
5	51% - 75%	Sebagian Besar
6	76% - 99%	Hampir Seluruhnya
7	100%	Seluruhnya

Sumber: Moch. Ali (1985)

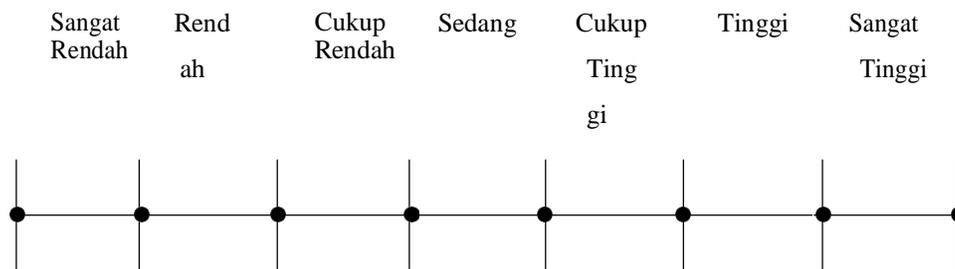
## 3. Garis Kontinum

Garis kontinum adalah garis yang digunakan untuk menganalisa, mengukur, dan menunjukkan seberapa besar tingkat kekuatan variabel yang sedang diteliti, sesuai instrumen yang digunakan. Proses kegiatan penelitian membutuhkan instrumen atau alat yang digunakan untuk melakukan pengumpulan data seperti angket. Angket berisikan berbagai pernyataan yang diajukan kepada responden atau sampel dalam suatu proses penelitian (Sugiyono, 2014). Jumlah pernyataan yang dimuat dalam angket penelitian cukup banyak sehingga diperlukan *skoring* untuk memudahkan

dalam proses penilaian dan akan membantu dalam proses analisis data yang telah ditemukan. Sebagaimana dalam *skoring* pada angket harus memenuhi ketentuan. Adapun kriteria untuk rumus untuk mencari hasil skor ideal (Sugiyono, 2014) dengan menggunakan rumus berikut:

Nilai Indeks Maksimum	= Skor Interval Tertinggi x Jumlah Item Pertanyaan Setiap Dimensi x Jumlah Responden
Nilai Indeks Minimum	= Skor Interval Terendah x Jumlah Item Pertanyaan Setiap Dimensi x Jumlah Responden
Jarak Interval	= [Nilai Maksimum – Nilai Minimum] : Skor
Interval Persentase Skor	= [(Total Skor): Nilai Maksimum] x 100

Berdasarkan skala alternatif yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan nilai maksimum sebesar tujuh dan nilai minimum sebesar satu, maka garis kontinum dalam penelitian ini digambarkan sebagai berikut:



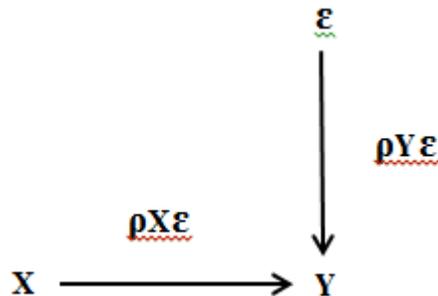
Sumber: (Sugiyono 2014:135)

**GAMBAR 3.1**  
**GARIS KONTINUM**

### 3.2.7.2 Analisis Eksplanatif Menggunakan Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Analisis eksplanatif dipergunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan uji statistik dan menitikberatkan pada pengungkapan perilaku variabel penelitian. Teknis analisis data yang dipergunakan untuk mengetahui hubungan korelasi dalam penelitian ini yaitu teknis analisis jalur (*path analysis*). Dalam memenuhi persyaratan digunakannya metode analisis jalur maka sekurang-kurangnya data yang diperoleh adalah data interval. Analisis ini digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh variabel X (*entrepreneurial self-efficacy*) yang terdiri dari

*searching* ( $X_1$ ), *planning* ( $X_2$ ), *marshalling* ( $X_3$ ), *implementing* ( $X_4$ ) terhadap variabel  $Y$  (*entrepreneurial intention*). Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggambar struktur hipotesis pada Gambar 3.2 sebagai berikut.



**GAMBAR 3.2**  
**STRUKTUR HUBUNGAN KAUSAL ANTARA X DAN Y**

Keterangan:

$X$  : *entrepreneurial self-efficacy*

$Y$  : *entrepreneurial intention*

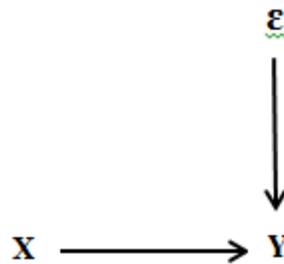
$\epsilon$  : Epsilon (Variabel lain)

Struktur hubungan Gambar 3.2 menjelaskan bahwa *entrepreneurial self-efficacy* berdampak pada *entrepreneurial intention*. Selain itu terdapat faktor-faktor lain yang mempengaruhi hubungan antara  $X$  (*entrepreneurial self-efficacy*) dan  $Y$  (*entrepreneurial intention*) yaitu variabel residu dan dilambangkan dengan  $\epsilon$  namun pada penelitian ini variabel tersebut tidak diperhatikan.

Struktur hubungan antara  $X$  dan  $Y$  diuji melalui analisis jalur dengan hipotesis “terdapat pengaruh yang signifikan antara faktor-faktor *entrepreneurial self-efficacy* ( $X$ ) yang terdiri dari: *searching* ( $X_1$ ), *planning* ( $X_2$ ), *marshalling* ( $X_3$ ), dan *implementing* ( $X_4$ ) dalam membangun variabel endogen ( $Y$ ) yaitu *entrepreneurial intention*.

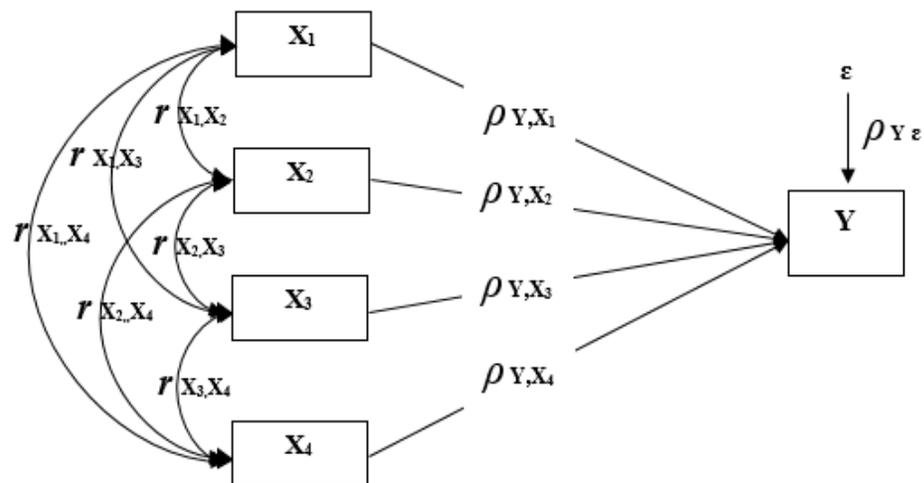
Pengujian hipotesis dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- 1) Menggambarkan struktur hipotesis utama



**GAMBAR 3.3**  
**DIAGRAM JALUR HIPOTESIS UTAMA**

2) Selanjutnya diagram hipotesis di atas diterjemahkan ke dalam beberapa sub hipotesis yang menyatakan pengaruh sub variabel independen (eksogen) yang paling dominan terhadap variabel dependen (endogen). Lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 3.4 sebagai berikut:



**GAMBAR 3.4**  
**DIAGRAM JALUR SUB HIPOTESIS**

Keterangan :

$Y$  = *Entrepreneurial Intention* sebagai variabel terikat (endogen)

$X_1$  = *Searching* sebagai variabel bebas (eksogen)

$X_2$  = *Planning* sebagai variabel bebas (eksogen)

$X_3$  = *Marshalling* sebagai variabel bebas (eksogen)

$X_4$  = *Implementing* sebagai variabel bebas (eksogen)

$\varepsilon$  = Epsilon (faktor lainnya)

$\longrightarrow$  = hubungan kausalitas

$\longleftrightarrow$  = hubungan korelasi

3) Susun matriks korelasi antar variabel bebas

$$R_1 = \begin{array}{c} X_1 \\ X_2 \\ X_3 \\ X_4 \end{array} \begin{array}{c} X_1 \\ X_2 \\ X_3 \\ X_4 \end{array} \begin{array}{cccc} 1 & r_{X_1, X_2} & r_{X_1, X_3} & r_{X_1, X_4} \\ & 1 & r_{X_2, X_3} & r_{X_2, X_4} \\ & & 1 & r_{X_3, X_4} \\ & & & 1 \end{array}$$

4) Identifikasi persamaan sub hipotesis menghitung matriks invers korelasi

$$R_1^{-1} = \begin{array}{c} X_1 \\ X_2 \\ X_3 \\ X_4 \end{array} \begin{array}{c} X_1 \\ X_2 \\ X_3 \\ X_4 \end{array} \begin{array}{cccc} C_{1.1} & C_{1.2} & C_{1.3} & C_{1.4} \\ & C_{2.2} & C_{2.3} & C_{2.4} \\ & & C_{3.3} & C_{3.4} \\ & & & C_{4.4} \end{array}$$

5) Menghitung semua koefisien jalur melalui rumus :

$$\begin{array}{c} \rho_{YX1} \\ \rho_{YX2} \\ \rho_{YX3} \\ \rho_{YX4} \end{array} \begin{array}{c} X_1 \\ X_2 \\ X_3 \\ X_4 \end{array} \begin{array}{c} X_1 \\ X_2 \\ X_3 \\ X_4 \end{array} \begin{array}{cccc} C_{1.1} & C_{1.2} & C_{1.3} & C_{1.4} \\ & C_{2.2} & C_{2.3} & C_{2.4} \\ & & C_{3.3} & C_{3.4} \\ & & & C_{4.4} \end{array} \begin{array}{c} r_{YX1} \\ r_{YX2} \\ r_{YX3} \\ r_{YX4} \end{array}$$

6) Hitung  $R^2Y$  ( $X_1, X_2, X_3, X_4$ ) yaitu koefisien yang menyatakan pengaruh total  $X_1, X_2, X_3, X_4$  terhadap  $Y$  secara simultan dengan menggunakan rumus:

$$R^2Y (X_1, X_2, X_3, X_4) = [\rho_{YX_1}, \rho_{YX_2}, \rho_{YX_3}, \rho_{YX_4}] \begin{bmatrix} r_{YX_1} \\ r_{YX_2} \\ r_{YX_3} \\ r_{YX_4} \end{bmatrix}$$

Koefisien determinasi total secara parsial dengan menggunakan rumus:

$$R^2YX_1 = [\rho_{yX_1}] \quad [r_{yX_1}]$$

$$R^2YX_2 = [\rho_{yX_2}] \quad [r_{yX_2}]$$

$$R^2YX_3 = [\rho_{yX_3}] \quad [r_{yX_3}]$$

$$R^2YX_4 = [\rho_{yX_4}] \quad [r_{yX_4}]$$

7) Menguji pengaruh langsung maupun tidak langsung dari setiap variabel :

1. Pengaruh ( $X_1$ ) terhadap Y

$$\text{Pengaruh langsung} = \rho_{YX_1} \cdot \rho_{YX_1}$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_{1.2}) = \rho_{YX_1} \cdot r_{X_1.X_2} \cdot \rho_{YX_2}$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_{1.3}) = \rho_{YX_1} \cdot r_{X_1.X_3} \cdot \rho_{YX_3}$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_{1.4}) = \underline{\rho_{YX_1} \cdot r_{X_1.X_4} \cdot \rho_{YX_4}} +$$

$$\text{Pengaruh total } (X_1) \text{ terhadap Y} = \dots\dots\dots$$

2. Pengaruh ( $X_2$ ) terhadap Y

$$\text{Pengaruh langsung} = \rho_{YX_2} \cdot \rho_{YX_2}$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_{2.1}) = \rho_{YX_2} \cdot r_{X_2.X_1} \cdot \rho_{YX_1}$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_{2.3}) = \rho_{YX_2} \cdot r_{X_2.X_3} \cdot \rho_{YX_3}$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_{2.4}) = \underline{\rho_{YX_2} \cdot r_{X_2.X_4} \cdot \rho_{YX_4}} +$$

$$\text{Pengaruh total } (X_2) \text{ terhadap Y} = \dots\dots\dots$$

3. Pengaruh ( $X_3$ ) terhadap Y

$$\begin{aligned}
\text{Pengaruh langsung} &= \rho_{YX_3} \cdot \rho_{YX_3} \\
\text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_{3.1}) &= \rho_{YX_3} \cdot r_{X_1, X_1} \cdot \rho_{YX_1} \\
\text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_{3.2}) &= \rho_{YX_3} \cdot r_{X_3, X_2} \cdot \rho_{YX_2} \\
\text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_{3.4}) &= \underline{\rho_{YX_3} \cdot r_{X_3, X_4} \cdot \rho_{YX_4}} + \\
\text{Pengaruh total } (X_3) \text{ terhadap } Y &= \dots\dots\dots
\end{aligned}$$

#### 4. Pengaruh $(X_4)$ terhadap $Y$

$$\begin{aligned}
\text{Pengaruh langsung} &= \rho_{YX_4} \cdot \rho_{YX_4} \\
\text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_{4.1}) &= \rho_{YX_4} \cdot r_{X_4, X_1} \cdot \rho_{YX_1} \\
\text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_{4.2}) &= \rho_{YX_4} \cdot r_{X_4, X_2} \cdot \rho_{YX_2} \\
\text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_{4.3}) &= \underline{\rho_{YX_4} \cdot r_{X_4, X_3} \cdot \rho_{YX_3}} + \\
\text{Pengaruh total } (X_4) \text{ terhadap } Y &= \dots\dots\dots
\end{aligned}$$

- 8) Menghitung variabel lain ( $\epsilon$ ) dengan rumus sebagai berikut:

$$\rho_{Y\epsilon} = \sqrt{1 - R^2_{Y(X_1, X_2, X_3, X_4)}}$$

Keputusan penerimaan atau penolakan  $H_0$  Rumusan hipotesis operasional:

$$H_0 : \rho_{YX_1} = \rho_{YX_2} = \rho_{YX_3} = \rho_{YX_4} = 0$$

$H_a$  : Sekurang-kurangnya ada sebuah  $\rho_{YX_i} \neq 0$ ,  $i=1, 2, 3$ , dan  $4$

- 9) Uji statistik secara simultan dengan menggunakan rumus:

$$F = \frac{(n-k-i)(\sum_{i=1}^k \rho_{yX_1} \rho_{yX_1})}{(n-k-i) \sum_{i=1}^k \rho_{yX_1} \rho_{yX_1}}$$

Keterangan :

- F =  $F_{hitung}$  yang selanjutnya dibandingkan dengan  $F_{tabel}$   
R = Koefisien korelasi  
k = Jumlah variabel independen  
n = jumlah anggota sampel

Hasil  $F_{hitung}$  dibandingkan dengan tabel distribusi F-*Snedecor*, apabila  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dengan demikian dapat diteruskan pada pengujian secara individual, statistik yang digunakan adalah:

$$t = \frac{\rho_{yx_1} - \rho_{yx_1}}{\sqrt{\frac{1 - R_r^2(X_1, X_2, X_3, X_4)(cii + cij + cjj)}{n - k - 1}}}$$

(Sarwono, 2012)

Tolak  $H_0$  jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  (mendekati 100%) (n-k-1)

Terima  $H_0$  jika  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$  (mendekati 100%) (n-k-1)

Jika terdapat subvariabel tidak berkorelasi secara signifikan maka akan dilakukan metode *trimming*. Uji validitas koefisien pada setiap jalur untuk pengaruh langsung adalah sama dengan regresi, menggunakan *p value* dari uji t, yaitu pengujian koefisien regresi variabel dibakukan secara parsial. Berdasarkan teori *trimming*, maka jalur-jalur yang non-signifikan dibuang, sehingga diperoleh model yang didukung oleh data empirik. Menguji kebermaknaan (*test of significance*) setiap koefisien jalur yang telah dihitung, baik secara sendiri-sendiri maupun secara bersama-sama (Sarwono, 2012).

Untuk menafsirkan sejauh mana pengaruh *entrepreneurial self-efficacy* terhadap *entrepreneurial intention* digunakan pedoman interpretasi koefisien tertentu. Nilai koefisien penentu berada diantara 0-100%. Jika nilai koefisien semakin mendekati 100% berarti semakin kuat pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen. Semakin mendekati 0% berarti semakin lemah pengaruh variabel eksogen sehingga dibuat pedoman interpretasi koefisien. Untuk mengetahui kuat lemahnya pengaruh dapat diklasifikasikan dengan menggunakan rumus *Guilford* pada Tabel 3.11 sebagai berikut:

**TABEL 3.11**  
**PEDOMAN UNTUK MEMBERIKAN INTERPRETASI PENGARUH**  
**(GUILFORD)**

Interval Koefisien	Tingkat Pengaruh
--------------------	------------------

0 % - 19,99 %	Sangat Lemah
20 % - 39,99 %	Lemah
40 % - 59,99 %	Sedang
60 % - 79,99 %	Kuat
80 % - 100%	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2016:231)

### 3.3.7.3 Pengujian Hipotesis

Sebagai langkah akhir dari analisis data adalah pengujian hipotesis, untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan harus menggunakan uji statistika yang tepat. Hipotesis penelitian akan diuji dengan mendeskripsikan hasil analisis jalur. Untuk mencari hubungan dua variabel atau lebih dapat dilakukan dengan menghitung korelasi antar variabel yang dicari hubungannya. Kolerasi merupakan angka yang menunjukkan arah kuatnya hubungan antar dua variabel atau lebih. Sebagai langkah terakhir dari analisis data adalah pengujian hipotesis. Untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan harus menggunakan uji statistika yang tepat. Menurut Sugiyono (2013:84) “Hipotesis diartikan sebagai pernyataan mengenai keadaan populasi yang akan diuji kebenarannya berdasarkan data yang diperoleh dari sampel penelitian”.

Secara statistik hipotesis yang akan diuji berada pada taraf kesalahan 0,05 dengan derajat kebebasan n-k serta berada pada uji dua pihak. Kriteria pengambilan keputusan pengujian hipotesis secara statistik berdasarkan pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis menurut Sugiyono (2013:188) adalah:

1. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
2. Jika  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

Rancangan pengujian hipotesis penelitian ini untuk menguji ada tidaknya pengaruh antara dimensi *entrepreneurial self-efficacy* terhadap *entrepreneurial intention*. Hipotesis utamanya adalah sebagai berikut:

$H_0 : \rho \leq 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh positif dari *entrepreneurial self-efficacy* yang terdiri atas *searching*, *planning*, *marshalling*, dan *implementing* terhadap *entrepreneurial intention* secara simultan.

$H_a : \rho > 0$ , artinya terdapat pengaruh positif dari *entrepreneurial self-efficacy* yang terdiri atas *searching*, *planning*, *marshalling*, dan *implementing* terhadap *entrepreneurial intention* secara simultan.

**Subhipotesis :**

1)  $H_0 : \rho \leq 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh positif dari *searching* terhadap *entrepreneurial intention*.

$H_a : \rho > 0$ , artinya terdapat pengaruh positif dari *searching* terhadap *entrepreneurial intention*.

2)  $H_0 : \rho \leq 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh positif dari *planning* terhadap *entrepreneurial intention*.

$H_a : \rho > 0$ , artinya terdapat pengaruh positif dari *planning* terhadap *entrepreneurial intention*.

3)  $H_0 : \rho \leq 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh positif dari *marshalling* terhadap *entrepreneurial intention*.

$H_a : \rho > 0$ , artinya terdapat pengaruh positif dari *marshalling* terhadap *entrepreneurial intention*.

4)  $H_0 : \rho \leq 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh positif dari *implementing* terhadap *entrepreneurial intention*.

$H_a : \rho > 0$ , artinya terdapat pengaruh positif dari *implementing* terhadap *entrepreneurial intention*.