

## BAB III

### OBJEK DAN METODE PENELITIAN

#### 3.1. Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh keterampilan kewirausahaan terhadap kesuksesan bisnis Pengusaha UMKM di Komunitas Benua Citra Niaga di Kota Bandung. Adapun yang menjadi objek penelitian sebagai variabel bebas (independent variabel) yaitu keterampilan kewirausahaan yang terdiri dari *leadership skill*, *communicartion skill*, *marketing skill*, *communication skill* dan *technical skill*). Masalah penelitian yang merupakan variabel terikat (depedent variabel) yaitu kesuksesan bisnis yang terdiri dari *competitive advantage*

Pada penelitian ini, objek yang dijadikan responden adalah pengusaha di Komunitas Benua Citra Niaga Bandung. Oleh karena itu akan diteliti pengaruh keterampilan kewirausahaan terhadap kesuksesan bisnis pada Pengusaha di Komunitas Benua Citra Niaga Bandung

mempelajari objek dalam kurun waktu tertentu (tidak berkesinambungan dalam jangka waktu panjang) atau disebut *cross sectional method*. Pengumpulan informasi dari subjek penelitian hanya dilakukan satu kali dalam satu periode waktu. Oleh karena itu penelitian ini termasuk dalam metode penelitian *cross sectional* atau *one-shot*

#### 3.2. Metode Penelitian

##### 3.2.1. Jenis Penelitian dan Metode Penelitian yang Digunakan

Berdasarkan tingkat penjelasan dan bidang penelitian, maka jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan eksplanatif. Secara harfiah, penelitian deskriptif adalah penelitian yang bermaksud untuk membuat pencandraan (deskripsi) mengenai situasi-situasi atau kejadian-kejadian. Dalam arti ini penelitian deskriptif merupakan akumulasi data dasar dalam cara deskriptif semata-mata tidak perlu mencari atau menerangkan saling hubungan, mentest hipotesis, membuat ramalan, atau mendapatkan makna dan implikasi, walaupun penelitian yang bertujuan untuk menemukan hal-hal tersebut dapat mencakup juga metode-metode deskriptif (Suryabrata, 2006).

Menurut Masri Singarimbun dan Sofian Effendi (1989:5) mengemukakan bahwa “Metode *explanatory survey* yaitu metode untuk menjelaskan hubungan kausal antara dua Variabel atau lebih melalui pengujian hipotesis”. Penelitian eksplanatif atau penelitian kausalitas yaitu penelitian untuk menguji kebenaran hubungan kausal (cause and effect) yaitu hubungan antara variabel independen/eksogen (yang mempengaruhi) dengan variabel dependen/endogen (yang dipengaruhi) (Maholtra, 2010:85). Dalam penelitian ini akan diuji kebenaran hipotesis melalui pengumpulan data di lapangan, mengenai pengaruh dimensi Keterampilan berwirausaha terhadap Kesuksesan bisnis (Y).

Penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu kurang dari satu tahun, sehingga metode yang digunakan oleh peneliti adalah *cross sectional method*, yaitu “metode penelitian dengan cara memperbaiki objek dalam kurun waktu tertentu/tidak berkesinambungan dalam jangka waktu yang panjang.

Menurut Kerlinger yang dikutip oleh Ridwan (2012:49) yang dimaksud dengan penelitian survey adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian *relative*, distribusi, dan hubungan antara variabel sosiologis maupun psikologis. Survey informasi dari sebagian populasi (sampel responden) dikumpulkan secara *empiric*, dengan tujuan untuk mengetahui pendapatan dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti.

### **3.2.2. Jenis Penelitian**

Berdasarkan tingkat penjelasan dan bidang penelitian, maka jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan verifikatif. Menurut Sugiyono (2008), penelitian deskriptif merupakan penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independent) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel yang lain. Pengertian deskriptif ini mempunyai maksud untuk mengetahui gambaran secara keseluruhan mengenai pengaruh keterampilan kewirausahaan terhadap kesuksesan bisnis pengusaha UMKM di Komunitas Benua Citra Niaga Bandung. Sedangkan jenis penelitian verifikatif menurut Suharismi Arikunto

(2006) pada dasarnya menguji kebenaran dari suatu hipotesa yang dilakukan melalui pengumpulan data di lapangan.

### 3.2.3. Operasionalisasi Variabel

Menurut Jonathan Sarwono (2006:67), mengemukakan bahwa variabel harus didefinisikan secara operasional agar lebih mudah dicari hubungannya antara satu variabel dengan lainnya dan pengukurannya.

Berdasarkan pernyataan diatas, dapat disimpulkan bahwa operasionalisasi variabel diperlukan untuk menentukan jenis, indikator, serta skala dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian, sehingga pengujian hipotesis dengan alat bantu statistik dapat dilakukan secara benar.

Sesuai dengan judul yang diambil peneliti yaitu; “Pengaruh keterampilan kewirausahaan terhadap kesuksesan bisnis di pengusaha UMKM di Komunitas Benua Citra Niaga di Kota Bandung”, maka variabel dalam penelitian ini terdiri dari:

1. Variabel *independent* (X) dalam penelitian ini adalah *Entrepreneurial skill*.
2. Variabel *dependent* (Y) dalam penelitian ini adalah Kesuksesan bisnis.

Secara lebih rinci operasionalisasi variabel dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 3.1 berikut ini.

**TABEL 3. 1.**  
**OPERASIONALISASI VARIABEL**

| Variabel/su<br>b variabel    | Konsep                                                                                                                                                                                        | Indikator                                                                                                                  | Ukuran                                                      | Skala    | No<br>Item |
|------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|----------|------------|
| <i>Entrepreneurial Skill</i> | menciptakan nilai dengan keterampilan yang dimiliki wirausaha untuk meraih keuntungan secara finansial dari upaya kreatif mereka                                                              |                                                                                                                            |                                                             |          |            |
| <i>Leadership skill</i>      | proses mempengaruhi orang dan menginspirasi orang untuk bekerja dan mendapatkan goal umum dan memberikan kekuatan serta kebebasan untuk mencapai hal tersebut (Scarborough dan Cornwall,2016) | mengrekrut pekerja yang tepat untuk tim kewirausahaan dan secara konstan merubah kemampuan (Scarborough dan Cornwall,2016) | Tingkat/frek uensi<br>penggunaan sistem perekrutan karyawan | Interval | 1-2        |
|                              |                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                            | Tingkat/frek uensi pelatihan                                | Interval | 3-4        |

| Variabel/su<br>b variabel                     | Konsep                                                                                                                                                                          | Indikator                                                                             | Ukuran                                                 | Skala    | No<br>Item |
|-----------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|----------|------------|
|                                               |                                                                                                                                                                                 |                                                                                       | keterampilan<br>karyawan                               |          |            |
|                                               |                                                                                                                                                                                 | Kemampuan membuat<br>budaya untuk<br>memotivasi dan<br>mempertahankan<br>tenaga kerja | Tingkat<br>dorongan<br>karyawan                        | Interval | 5-6        |
|                                               |                                                                                                                                                                                 |                                                                                       | Tingkat<br>dorongan<br>organisasi                      | Interval | 7-8        |
|                                               |                                                                                                                                                                                 | menyiapkan obor untuk<br>generasi selanjutnya                                         | intesitas<br>mentransfer<br>bekal ke<br>penerus        | Interval | 9-10       |
|                                               |                                                                                                                                                                                 |                                                                                       | Kemampuan<br>menyiapkan<br>penerus                     | Interval | 11-12      |
| <b><i>Creative<br/>Thinking<br/>Skill</i></b> | kemampuan untuk<br>mengembangkan ide-<br>ide baru dan<br>menemukan cara baru<br>melihat masalah dan<br>peluang                                                                  | Pendorong berkreatif                                                                  | Tingkat<br>ketersedian<br>Pendorong<br>kreatif         | Interval | 13-14      |
|                                               |                                                                                                                                                                                 |                                                                                       | Tingkat<br>Penanaman<br>kreativitas                    | Interval | 15-16      |
|                                               |                                                                                                                                                                                 |                                                                                       | Tingkat<br>Ketersedian<br>tempat<br>berkreativita<br>s | Interval | 17-18      |
|                                               |                                                                                                                                                                                 | Kebiasaan berkreatif                                                                  | Frekuensi<br>kebiasaan<br>berpikir<br>kreatif          | Interval | 19-22      |
|                                               |                                                                                                                                                                                 |                                                                                       | Frekuensi<br>kebiasaan<br>perilaku<br>kreatif          | Interval | 23-24      |
| <b><i>Tecnic<br/>Skill</i></b>                | <i>Tecnic skill</i> adalah<br>kemampuan untuk<br>melakukan tugas yang<br>terkait dengan<br>pengetahuan dan<br>kemampuan membuat<br>produk<br>(Scarborough dan<br>Cornwall,2016) |                                                                                       |                                                        |          |            |
|                                               |                                                                                                                                                                                 | Pengetahuan produk<br>(Alison doyle, 2020).                                           | Tingkat<br>pengetahuan<br>untuk                        | Interval | 25-26      |

| Variabel/sub variabel      | Konsep                                                                                                                                                                             | Indikator                                        | Ukuran                                                                  | Skala    | No Item |
|----------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|----------|---------|
|                            |                                                                                                                                                                                    |                                                  | membuat produk.                                                         |          |         |
|                            |                                                                                                                                                                                    | Kemampuan membuat produk (Alison doyle, 2020).   | Tingkat kemampuan membuat tampilan produk menarik, aman, dan informatif | Interval | 28-30   |
|                            |                                                                                                                                                                                    |                                                  | Tingkat kemampuan mengolah bahan baku                                   | Interval | 31-32   |
|                            |                                                                                                                                                                                    |                                                  | Tingkat ketersediaan pendorong pengembangan produk                      | Interval | 33-34   |
|                            |                                                                                                                                                                                    |                                                  | Tingkat evaluasi produk                                                 | Interval | 35-36   |
| <i>Communication skill</i> | Communication skill adalah kemampuan yang Anda gunakan saat memberi dan menerima berbagai jenis informasi. (Chris Hyams, 2020).                                                    |                                                  |                                                                         |          |         |
|                            |                                                                                                                                                                                    | Tingkat keterampilan berbicara (Hendro, 2011)    | Suara                                                                   | Interval | 37-39   |
|                            |                                                                                                                                                                                    |                                                  | Berbicara                                                               | interval | 40-42   |
|                            |                                                                                                                                                                                    | Tingkat keterampilan mendengarkan (Hendro, 2011) | synchronize                                                             | Interval | 43-45   |
|                            |                                                                                                                                                                                    |                                                  | Mendengarkan secara efektif                                             | Interval | 46-48   |
| <i>Marketing skill</i>     | Marketing skill adalah keterampilan mempromosikan produk, layanan, atau ide apa pun mencakup banyak keterampilan pemasaran dan kualitas pribadi yang berbeda (Alison doyle, 2020). |                                                  |                                                                         |          |         |
|                            |                                                                                                                                                                                    | Kemampuan menyusun strategi pemasaran            | Tingkat menemukan cerug                                                 | Interval | 49      |

| Variabel/sub variabel        | Konsep                                                                                                                                                                                                     | Indikator                                   | Ukuran                            | Skala    | No Item |
|------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------|-----------------------------------|----------|---------|
|                              |                                                                                                                                                                                                            |                                             | Tingkat menjadi unik              | Interval | 50      |
|                              |                                                                                                                                                                                                            | Kemampuan memasarkan berdasarkan sumberdaya | Tingkat kualitas                  | Interval | 51      |
|                              |                                                                                                                                                                                                            |                                             | Tingkat Inovasi                   | Interval | 52      |
|                              |                                                                                                                                                                                                            |                                             | Dedikasi untuk kepuasan pelanggan | Interval | 53      |
|                              |                                                                                                                                                                                                            | Kemampuan memasarkan produk                 | Alat publisitas online            | Interval | 54      |
|                              |                                                                                                                                                                                                            |                                             | Menjadi penghibur                 |          | 55      |
|                              |                                                                                                                                                                                                            |                                             | Terhubung ppada tingkat emosional |          | 56      |
|                              |                                                                                                                                                                                                            |                                             | Merangkul di social marketing     |          | 57      |
|                              |                                                                                                                                                                                                            |                                             | Pelanggan                         |          | 58-59   |
|                              |                                                                                                                                                                                                            | Branding                                    | Indetitas Bisnis                  | Interval | 60      |
| <b>Kesuksesan bisnis (Y)</b> | Bisnis yang sukses akan berprofit sebagai kekuatan perusahaan ,menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan, yang tahan lama, dan menciptakan nilai bagi pelanggan (Scarborough dan Cornwall,2016) |                                             |                                   |          |         |
|                              |                                                                                                                                                                                                            | <i>Competitive advantage</i>                | Diferensiasi                      | Interval | 61-66   |
|                              |                                                                                                                                                                                                            |                                             | Keunggulan berdasarkan harga      | Interval | 67-70   |
|                              |                                                                                                                                                                                                            | Profitability                               | Tingkat besarnya pendapatan       | Interval | 71-74   |
|                              |                                                                                                                                                                                                            |                                             | Mitra penyuplaian                 | Interval | 75      |

| Variabel/sub variabel | Konsep | Indikator                    | Ukuran                                        | Skala    | No Item |
|-----------------------|--------|------------------------------|-----------------------------------------------|----------|---------|
|                       |        |                              | Tingkat volume penjualan                      | Interval | 76-80   |
|                       |        | <i>Costumer satisfaction</i> | Terpenuhinya keinginan dan kebutuhan konsumen | Interval | 81-85   |
|                       |        |                              | Merekomendasikan kepada pihak lain            | Interval | 86-90   |
|                       |        | <i>Survival</i>              | Tingkat kesehatan arus kas                    | Interval | 94-98   |
|                       |        |                              | Produk yang bertahan                          | Interval | 99-100  |

Sumber: Diolah dari berbagai sumber

### 3.2.4. Jenis dan Sumber Data

Menurut Sugiyono (2014:151) sumber data dibedakan menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer dibuat oleh peneliti untuk maksud menyelesaikan permasalahan yang sedang ditanganinya. Pada penelitian ini yang menjadi sumber data primer adalah data langsung dari perusahaan yang diteliti juga wawancara terhadap pengusaha di Komunitas Benua Citra Niaga Bandung. Data sekunder dapat ditemukan dengan cepat serta tidak mahal. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah literature, artikel, jurnal serta situs di internet yang berkenaan dengan penelitian yang dilakukan. Jenis dan sumber data yang digunakan pada penelitian ini disajikan dalam Tabel 3.2 sebagai berikut:

**TABEL 3. 2.**

### JENIS DAN SUMBER DATA

| No | Data Penelitian                                                                     | Jenis Data | Sumber Data |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------|------------|-------------|
| 1  | Data Perkembangan Pendapatan Usaha pengusaha di Komunitas Benua Citra Niaga Bandung | Primer     | Responden   |
| 2  | Produktifitas/efisiensi pengusaha di                                                | Primer     | Responden   |

|    |                                                                             |          |                                                      |
|----|-----------------------------------------------------------------------------|----------|------------------------------------------------------|
|    | Komunitas Benua Citra Niaga Bandung                                         |          |                                                      |
| 3  | Data <i>trust</i> karyawan di pengusaha Komunitas Benua Citra Niaga Bandung | Primer   | Responden                                            |
| 4  | Data perkembangan aset pengusaha di Komunitas Benua Citra Niaga Bandung     | Primer   | Responden                                            |
| 5  | Data permasalahan utama di Benua Citra Niaga                                | Sekunder | Suvei Komunitas Benua Citra Niaga                    |
| 6  | Faktor sukses usaha di Komunitas Benua Citra Niaga Bandung                  | Sekunder | Wawancara <i>Founder</i> Komunitas Benua Citra Niaga |
| 7  | Progam Eventual dan Periodik Komunitas Benua Citra Niaga                    | Sekunder | Wawancara <i>Founder</i> Komunitas Benua Citra Niaga |
| 8  | Data pertumbuhan kuliner UMKM Kota Bandung                                  | Sekunder | Media Online Tomutou                                 |
| 9  | Data kegagalan usaha UMKM kota Bandung                                      | Sekunder | Berbagai berita di media massa                       |
| 10 | Data Pertumbuhan UMKM Jawa Barat                                            | Sekunder | Dinas Perindustrian dan Perdagangan Jawa Barat       |

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2019

### 3.2.5. Populasi, Sampel dan Teknik Sampel

#### 3.2.5.1. Populasi

Masyhuri dan Zainuddin (2008:151) menyebutkan populasi adalah Keseluruhan dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup, dan sebagainya, sehingga objek-objek ini dapat menjadi sumber data penelitian. Maholtra (2010:370) Populasi adalah keseluruhan semua elemen berbagi beberapa seperangkat karakteristik yang terdiri dari alam semesta untuk tujuan riset masalah pemasaran.

Menurut Hermawan (2009:145) tujuan utama penarikan sampel adalah untuk memperoleh informasi tentang populasi. Dengan mempersempit batasan

populasinya, maka kita akan mendapatkan populasi sasaran. Jadi yang disebut dengan populasi sasaran adalah yaitu populasi yang akan menjadi cakupan kesimpulan penelitian atau populasi yang benar-benar akan dijadikan sumber data. Berdasarkan pengertian populasi sasaran tersebut, maka yang menjadi populasi sasaran pada penelitian ini adalah pengusaha di Benua Citra Niaga Bandung sejumlah 242 orang

### 3.2.5.2.Sampel

Menurut Sugiyono (2017:62) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel adalah sub-kelompok populasi yang terpilih untuk berpartisipasi dalam studi. Sampel adalah sebagian dari populasi yang akan diselidiki, atau didefinisikan sebagai populasi dalam bentuk mini (miniatur population) (Arifin, 2011:215). Adapun rumus yang digunakan untuk mengambil suatu sampel dari sebuah populasi ialah dengan menggunakan rumus Slovin dalam Husein Umar (2014:78) rumus yang digunakan untuk mengukur sampel adalah sebagai berikut:

Dimana :

$n$  = Ukuran Sampel

$N$  = Ukuran Populasi

$e$  = Persen kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan misalnya 5%

≈

Setelah ukuran populasi dimasukkan ke dalam rumus Slovin, didapat 151 sampel. teknik path analysis ukuran sampelnya minimal 100.

### 3.2.6. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang lengkap, maka dalam penelitian ini penulis menggunakan beberapa teknik penelitian sebagai berikut :

Metode survey (observasi) adalah penyelidikan yang diadakan untuk memperoleh fakta-fakta dari gejala-gejala yang ada dan mencari keterangan-keterangan secara

faktual, baik tentang institusi sosial, ekonomi, atau politik dari suatu kelompok ataupun suatu daerah.

#### 1. Observasi

Metode survey (observasi) adalah penyelidikan yang diadakan untuk memperoleh fakta-fakta dari gejala-gejala yang ada dan mencari keterangan-keterangan secara faktual, baik tentang institusi sosial, ekonomi, atau politik dari suatu kelompok ataupun suatu daerah. Wawancara

#### 2. Wawancara, yaitu cara pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya. Wawancara dalam penelitian ini dilakukan dengan cara berkomunikasi dengan Ketua Umum Komunitas Benua Citra Niaga Bandung.

#### 3. Dokumentasi

Menurut Sugiyono pengertian studi dokumentasi merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan cara mempelajari dokumen untuk mendapatkan data atau informasi yang berhubungan dengan masalah yang diteliti, dalam hal ini yaitu Kesuksesan bisnis dan Keterampilan berwirausaha. Studi dokumentasi tersebut didapat dari berbagai sumber, yaitu a). Perpustakaan UPI, b). Laporan yang diterbitkan lembaga tertentu, c). Skripsi atau Tesis, d). Jurnal Kewirausahaan dan e). Media cetak dan media elektronik (internet).

#### 4. Kuesioner (angket)

Kuesioner dilakukan dengan menyebarkan seperangkat daftar pertanyaan kepada responden yaitu anggota Komunitas Benua Citra Niaga Bandung. Kuesioner ini penulis mengemukakan beberapa pertanyaan yang mencerminkan pengukuran indikator variabel X (Keterampilan berwirausaha) serta Variabel Y (Kesuksesan bisnis).

Langkah-langkah penyusunan kuesioner adalah sebagai berikut:

1. Menyusun kisi-kisi angket atau daftar pertanyaan.
2. Merumuskan item-item pertanyaan dan alternatif jawabannya. Jenis instrumen yang digunakan dalam angket merupakan instrumen yang bersifat tertutup, yaitu seperangkat daftar pertanyaan tertulis dan disertai dengan alternatif jawaban yang disediakan, sehingga responden hanya memilih jawaban yang tersedia.

3. Memberikan skor untuk setiap item pertanyaan. Pada penelitian ini setiap pendapat responden atas pertanyaan diberi nilai dengan semantik differential.

### **3.2.7. .Pengujian Validitas dan Realibitas**

Data menentukan mutu hasil penelitian, oleh karena itu data perlu diuji. Untuk mengetahui layak atau tidaknya instrumen pengumpulan data yang akan disebar, perlu dilakukan tahap pengujian berupa pengujian validitas dan reliabilitas. Kebenaran data dapat dilihat dari instrumen pengumpulan data. Instrument yang baik harus memenuhi dua persyaratan penting yaitu valid dan reliabel.

Pengujian validitas instrumen dilakukan untuk menjamin bahwa terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti, sedangkan uji reliabilitas dilakukan untuk mendapatkan tingkat ketepatan alat pengumpulan data yang dilakukan. Uji validitas dan reliabilitas pada penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan alat bantu software computer program SPSS 22.0 for windows.

#### **3.2.7.1.Pengujian Validitas**

Pengujian validitas instrumen dilakukan untuk menjamin terdapat persamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Tipe validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah validitas konstruk yang menentukan validitas dengan cara mengkorelasikan antar skor yang diperoleh dari masing-masing item berupa pertanyaan dengan skor total yang diperoleh dari penjumlahan semua skor item (Sugiyono, 2014). Berdasarkan ukuran statistik, bila ternyata skor semua item yang disusun menurut dimensi konsep berkorelasi dengan skor totalnya, maka dapat dikatakan bahwa alat ukur tersebut mempunyai validitas. Uji validitas dilakukan bertujuan untuk menguji sejauh mana item angket yang valid atau tidak dengan mencari korelasi setiap item pernyataan dengan skor total pernyataan untuk hasil jawaban responden yang mempunyai skala pengukuran interval. Perhitungan korelasi antara pernyataan dengan skor total, digunakan alat uji korelasi product moment yang dikemukakan oleh Pearson sebagai berikut:

(Sugiyono, 2014)

Keterangan:

|              |                                           |
|--------------|-------------------------------------------|
| $r$          | = Koefisien validitas item yang dicari    |
| $X$          | = Skor yang diperoleh subjek seluruh item |
| $Y$          | = Skor total                              |
| $\Sigma X$   | = Jumlah skor dalam distribusi X          |
| $\Sigma Y$   | = Jumlah skor dalam distribusi Y          |
| $\Sigma X^2$ | = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X  |
| $\Sigma Y^2$ | = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y  |
| $n$          | = Banyaknya responden                     |

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  $r_{tabel}$  ( $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ ).

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 Keterampilan berwirausaha sebagai variabel (X) dan Menumbuhkan Kesuksesan bisnis sebagai variabel (Y).

### 3.2.7.2. Hasil Pengujian Validitas

Hasil uji coba pengujian validitas pada variabel keterampilan berwirausaha (X) dan variabel kesuksesan bisnis (Y) berdasarkan jawaban responden atas pernyataan pada item instrumen yang diajukan. Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan SPSS (Statistical Product for Service Solution) 23.0 for Windows dan uji statistik t yang dilakukan dengan bantuan Microsoft Excel 2020 for Windows 10. Jumlah pertanyaan untuk variabel X sebanyak 60 item dan variabel Y sebanyak 40 item. Berdasarkan kuisioner yang diuji pada 31 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat bebas ( $df = n - 2$ ) ( $151 - 2 = 149$ ), maka diperoleh nilai  $r_{tabel}$  sebesar 0,301 dari tabel hasil pengujian. Berikut hasil uji validitas variabel keterampilan berwirausaha (X) ditunjukkan pada Tabel 3.3 berikut ini.

**TABEL 3. 3.**

### HASIL UJI R VALIDITAS VARIABEL X (*ENTREPRENEURIAL SKIL*)

| No.                            | Pernyataan                                                              | rhitung | rtabel | Ket   |
|--------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|---------|--------|-------|
| <i>Leadership Skill</i>        |                                                                         |         |        |       |
| 1                              | Tingkat mencari pekerja berpotensi dari rekomendasi karyawan            | 0.643   | 0.3061 | VALID |
| 2                              | Tingkat keketatan proses mencari calon pekerja                          | 0.585   | 0.3061 | VALID |
| 3                              | Tingkat intensitas pelatihan keterampilan bagi karyawan                 | 0.615   | 0.3061 | VALID |
| 4                              | Tingkat tujuan pengadaan pelatihan karyawan yang dilakukan              | 0.692   | 0.3061 | VALID |
| 5                              | Tingkat memberikan penghargaan karyawan pada performa terbaik           | 0.643   | 0.3061 | VALID |
| 6                              | Tingkat menantang karyawan untuk mengedepankan karir mereka             | 0.614   | 0.3061 | VALID |
| 7                              | Intesitas mengkomunikasikan tujuan organisasi                           | 0.684   | 0.3061 | VALID |
| 8                              | Tingkat keandalan menciptakan budaya yang mendorong pekerjaan           | 0.786   | 0.3061 | VALID |
| 9                              | Intesitas mengtransfer pengetahuan ke penerus                           | 0.698   | 0.3061 | VALID |
| 10                             | Kelengkapan bekal dokumen untuk penerus                                 | 0.674   | 0.3061 | VALID |
| 11                             | Tingkat keandalan memilih penerus bisnis                                | 0.431   | 0.3061 | VALID |
| 12                             | Tingkat kemampuan mempromosikan kepercayaan lingkungan untuk penerus    | 0.663   | 0.3061 | VALID |
| <i>Creative Thinking Skill</i> |                                                                         |         |        |       |
| 13                             | Intesitas merekrut karyawan berbakat                                    | 0.785   | 0.3061 | VALID |
| 14                             | Intesitas merekrut tenaga kerja beragam                                 | 0.758   | 0.3061 | VALID |
| 15                             | Sudah memasukan kreativitas ke dalam pernyataan misi perusahaan         | 0.615   | 0.3061 | VALID |
| 16                             | Intesitas pemberian pelatihan karyawan untuk meningkatkan kreativitas   | 0.539   | 0.3061 | VALID |
| 17                             | Ketersediaan tempat eksperimen untuk mencurahkan kreativitas            | 0.723   | 0.3061 | VALID |
| 18                             | Ketersediaan gambar mendorong kreativitas di ruang kerja                | 0.733   | 0.3061 | VALID |
| 19                             | Intesitas menerima kegagalan sebagai pembelajaran                       | 0.728   | 0.3061 | VALID |
| 20                             | Intesitas mengadakan acara untuk membuat karyawan bisa bersenang-senang | 0.713   | 0.3061 | VALID |
| 21                             | Frekuensi internal perusahaan sering mengucapkan "bagaimana jika"       | 0.730   | 0.3061 | VALID |

|                            |                                                                                   |        |        |             |
|----------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|--------|--------|-------------|
| 22                         | Intesitas melihat masalah sebagai tantangan                                       | 0.514  | 0.3061 | VALID       |
| 23                         | Keluwesannya karyawan berbaaur satu sama lain                                     | 0.741  | 0.3061 | VALID       |
| 24                         | Tingkat memonitor trend di internet                                               | 0.388  | 0.3061 | VALID       |
| <i>Technical Skill</i>     |                                                                                   |        |        |             |
| 25                         | Intesistas cara pembuatan produk yang anda ketahui                                | 0.524  | 0.3061 | VALID       |
| 26                         | Intesitas mengetahui informasi terkini mendorong pengembangan produk anda.        | 0.636  | 0.3061 | VALID       |
| 27                         | Tingkat kemampuan memperindah tampilan produk                                     | 0.682  | 0.3061 | VALID       |
| 28                         | kualitas kemasan produk menarik                                                   | 0.689  | 0.3061 | VALID       |
| 29                         | Tingkat membuat kemasan produk aman dari kerusakan                                | 0.411  | 0.3061 | VALID       |
| 30                         | Tingkat kelengkapan informasi pada produk                                         | 0.573  | 0.3061 | VALID       |
| 31                         | Tingkat kemampuan mengolah bahan baku                                             | 0.518  | 0.3061 | VALID       |
| 32                         | Tingkat Kemampuan menambah nilai guna produk                                      | 0.601  | 0.3061 | VALID       |
| 33                         | Frekuensi ikut serta dalam pelatihan pembuatan produk                             | 0.412  | 0.3061 | VALID       |
| 34                         | frekuensi orgnisasi yang diikuti untuk meningkatkan keterampilan pembuatan produk | 0.614  | 0.3061 | VALID       |
| 35                         | Intesitas memperbaiki produk dari masukan konsumen                                | 0.629  | 0.3061 | VALID       |
| 36                         | Intesitas uji produk sebelum diluncurkan                                          | 0.743  | 0.3061 | VALID       |
| <i>Communication Skill</i> |                                                                                   |        |        |             |
| 37                         | Tingkat kualitas suara sesuai dengan konsumen                                     | 0.473  | 0.3061 | VALID       |
| 38                         | Tingkat kecepatan berbicara tidak terlalu cepat ataupun lambat                    | 0.759  | 0.3061 | VALID       |
| 39                         | Tingkat kecepatan berbicara tidak terlalu lambat                                  | 0.482  | 0.3061 | VALID       |
| 40                         | Tingkat berbicara sederhana                                                       | 0.670  | 0.3061 | VALID       |
| 41                         | Tingkat mempelajari logat propek                                                  | 0.323  | 0.3061 | VALID       |
| 42                         | Tingkat kemampuan mengarahkan konsumen dengan pertanyaan                          | 0.655  | 0.3061 | VALID       |
| 43                         | Tingkat membuat diri sebagai teman paling dekat prospek melalui semata situasinya | 0.765  | 0.3061 | VALID       |
| 44                         | Tingkat memadukan gaya dengan prospek                                             | -0.108 | 0.3061 | TIDAK VALID |
| 45                         | Tingkat empati kepada prospek                                                     | 0.633  | 0.3061 | VALID       |
| 46                         | Tingkat lebih banyak mendengarkan daripada berbicara                              | 0.725  | 0.3061 | VALID       |
| 47                         | Tingkat kemampuan mendengarkan secara seksama untuk memahami informasi.           | 0.544  | 0.3061 | VALID       |
| 48                         | frekuensi tidak memotong permbicaraan konsumen                                    | 0.590  | 0.3061 | VALID       |
| <i>Marketing Skill</i>     |                                                                                   |        |        |             |

|    |                                                                       |       |        |             |
|----|-----------------------------------------------------------------------|-------|--------|-------------|
| 49 | Tingkat kemampuan menemukan cerug kebutuhan konsumen                  | 0.327 | 0.3061 | VALID       |
| 50 | Tingkat kemampuan mengolah usaha anda menjadi istimewa (unik)         | 0.782 | 0.3061 | VALID       |
| 51 | Tingkat kualitas senantiasa baik pada produk yang dijual              | 0.571 | 0.3061 | VALID       |
| 52 | Tingkat kualitas proses usaha senantiasa melakukan perbaikan          | 0.560 | 0.3061 | VALID       |
| 53 | Tingkat kepuasan pelanggan senantiasa menjadi prioritas               | 0.473 | 0.3061 | VALID       |
| 54 | Tingkat kemampuan menghasilkan penjualan melalui media website        | 0.561 | 0.3061 | VALID       |
| 55 | Tingkat kampanye pemasaran usaha anda menyenangkan bagi konsumen      | 0.382 | 0.3061 | VALID       |
| 56 | Tingkat pelanggan merasa memiliki atas produk anda                    | 0.241 | 0.3061 | TIDAK VALID |
| 57 | Jumlah komunitas konsumen social media dari usaha anda yang meningkat | 0.503 | 0.3061 | VALID       |
| 58 | Jumlah penjualan melalui instagram (facebook)                         | 0.735 | 0.3061 | VALID       |
| 59 | Jumlah pelanggan yang senantiasa mengkonsumsi produk                  | 0.677 | 0.3061 | VALID       |
| 60 | Tingkat citra usaha anda selalu teringat oleh konsumen                | 0.777 | 0.3061 | VALID       |

Sumber: Survei Penelitian 2019

Berdasarkan Tabel 3.3 dapat diketahui bahwa pernyataan-pernyataan yang diajukan kepada responden seluruhnya dinyatakan valid karena  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  sehingga pernyataan-pernyataan tersebut dapat dijadikan alat ukur terhadap konsep yang seharusnya diukur kecuali angket 44, dan 56 yang tidak valid yang tidak dapat dijadikan alat ukur. Berdasarkan hasil pengujian pada instrumen variabel keterampilan berwirausaha dimensi *Creative Thinking Skill* dengan pernyataan “Intesistas merekrut karyawan berbakat sebagai pendorong kreativitas usaha” dengan  $r_{hitung}$  0,786 memiliki nilai tertinggi. Nilai yang terendah terdapat pada dimensi *communication skill* dengan pernyataan “*customer relationship management* dengan pernyataan “Tingkat memadukan gaya dengan prospek” dengan nilai  $r_{hitung}$  0,108 dan sebagai alat pengukur “tidak valid”. Alat pengukur yang bernilai rendah yang lainnya adalah dimensi *marketing skill* dengan pernyataan “Tingkat pelanggan merasa memiliki dengan

produk anda” yang tidak valid dan bernilai 0.241. Adapun hasil uji validitas variabel kesuksesan bisnis dapat dilihat pada Tabel 3.4 di bawah ini.

**Tabel 3. 4.**  
**HASIL UJI R VALIDITAS VARIABEL Y (KESUKSESAN BISNIS)**

| No.                          | Pernyataan                                                                        | r.hitung | r tabel | Ket            |
|------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|----------|---------|----------------|
| <i>Competitive advantage</i> |                                                                                   |          |         |                |
| 61                           | Jumlah produk yang dimanipulasi berhasil                                          | 0.615    | 0.3061  | VALID          |
| 62                           | Karyawan yang dimiliki memiliki kualitas yang unggul.                             | 0.610    | 0.3061  | VALID          |
| 63                           | Tingkat layanan yang diberikan dapat melengkapi produk                            | 0.639    | 0.3061  | VALID          |
| 64                           | Tingkat konsumen mengenal usaha anda sebagai usaha yang berbeda dengan orang lain | 0.750    | 0.3061  | VALID          |
| 65                           | Tingkat produk anda berkualitas sesuai dengan ekpetasi yang tinggi                | 0.645    | 0.3061  | VALID          |
| 66                           | Tingkat cara baru yang dihasilkan perusahaan untuk perbaikan                      | 0.775    | 0.3061  | VALID          |
| 67                           | Tingkat kesepakatan harga dengan pemasok bahan baku mampu menekan harga produksi  | 0.476    | 0.3061  | VALID          |
| 68                           | Tingkat penggunaan alat produksi yang menekan biaya produksi                      | 0.443    | 0.3061  | VALID          |
| 69                           | Tingkat kesepakatan harga dengan pihak operasional yang menekan harga             | 0.164    | 0.3061  | TIDAK<br>VALID |
| 70                           | Tingkat rendahnya biaya tidak menurunkan kualitas barang.                         | 0.497    | 0.3061  | VALID          |
| <i>Profitability</i>         |                                                                                   |          |         |                |
| 71                           | Tingkat laba bersih yang diperoleh usaha anda                                     | 0.115    | 0.3061  | TIDAK<br>VALID |
| 72                           | Tingkat pendapatan yang yang diperoleh usaha anda                                 | 0.634    | 0.3061  | VALID          |
| 73                           | Jumlah pelanggan yang membeli ulang produk anda                                   | 0.669    | 0.3061  | VALID          |
| 74                           | Jumlah konsumen baru yang membeli produk anda                                     | 0.634    | 0.3061  | VALID          |

|                              |                                                                         |       |        |       |
|------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|-------|--------|-------|
| 75                           | Jumlah mitra yang membantu menjual produk anda                          | 0.617 | 0.3061 | VALID |
| 76                           | Jumlah produk yang terjual melalui website                              | 0.805 | 0.3061 | VALID |
| 77                           | Jumlah produk yang terjual melalui media sosial                         | 0.835 | 0.3061 | VALID |
| 78                           | Jumlah produk yang terjual melalui mitra penjualan                      | 0.717 | 0.3061 | VALID |
| 79                           | Jumlah produk yang terjual melalui penawaran langsung                   | 0.675 | 0.3061 | VALID |
| 80                           | Jumlah produk yang terjual melalui toko, atau tempat usaha              | 0.764 | 0.3061 | VALID |
| <i>Costumer Satisfaction</i> |                                                                         |       |        |       |
| 81                           | Tingkat konsumen terbantu terselesaikan kebutuhannya oleh produk anda   | 0.473 | 0.3061 | VALID |
| 82                           | Tingkat konsumen tercapai ekspetasinya setelah mengkonsumsi produk anda | 0.682 | 0.3061 | VALID |
| 83                           | Tingkat layanan yang diberikan membantu menyelesaikan masalah konsumen  | 0.398 | 0.3061 | VALID |
| 84                           | Tingkat layanan yang diberikan mampu membuat konsumen puas              | 0.734 | 0.3061 | VALID |
| 85                           | Tingkat pelayanan ketika konsumen bermasalah                            | 0.736 | 0.3061 | VALID |
| 86                           | Jumlah konsumen baru yang bertambah dari rekomendasi konsumen anda      | 0.493 | 0.3061 | VALID |
| 87                           | Jumlah konsumen yang sukarela menyiarkan usaha anda                     | 0.603 | 0.3061 | VALID |
| 88                           | Jumlah konsumen yang senantiasa membeli ulang                           | 0.512 | 0.3061 | VALID |
| 89                           | Tingkat konsumen mengeluh atau memberikan testomoni yang jelek          | 0.588 | 0.3061 | VALID |
| 90                           | Tingkat lokasi usaha anda mudah dijangkau konsumen                      | 0.603 | 0.3061 | VALID |
| <i>Survival</i>              |                                                                         |       |        |       |
| 91                           | Jumlah hutang yang mengganggu kesehatan arus kas                        | 0.712 | 0.3061 | VALID |
| 92                           | Tingkat rendahnya potensi peraihan dana                                 | 0.807 | 0.3061 | VALID |

|     |                                                                                                  |       |        |             |
|-----|--------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|--------|-------------|
| 93  | Tingkat investasi/penanaman modal ke usaha anda adalah bukan resiko                              | 0.660 | 0.3061 | VALID       |
| 94  | Besarnya piutang tidak membuat arus kas terganggu                                                | 0.005 | 0.3061 | TIDAK VALID |
| 95  | Jumlah modal usaha senantiasa meningkat                                                          | 0.339 | 0.3061 | VALID       |
| 96  | Tingkat produktivitas tenaga kerja efektif                                                       | 0.479 | 0.3061 | VALID       |
| 97  | Keuangan yang dimiliki padat modal sehingga mampu melakukan ekspansi usaha                       | 0.344 | 0.3061 | VALID       |
| 98  | Bisnis anda tidak memiliki resiko yang tinggi yang membuat arus kas naik turun sedikimikian rupa | 0.513 | 0.3061 | VALID       |
| 99  | Jumlah varian produk yang dijual untuk meningkatkan laba                                         | 0.531 | 0.3061 | VALID       |
| 100 | Perusahaan senantiasa berprodokulasi sehingga tidak adanya sumberdaya yang menganggur            | 0.345 | 0.3061 | VALID       |

Berdasarkan Tabel 3.4 di atas, semua item pernyataan valid karena rhitung lebih besar daripada rtabel. Pada instrumen variabel kesuksesan bisnis dimensi *leadership* dengan pernyataan “Jumlah produk yang terjual melalui media sosial” memiliki nilai tertinggi dengan rhitung 0,835. Sedangkan nilai terendah pada dimensi *survival* dengan pernyataan “besarnya piutang tidak membuat arus kas terganggu” dengan rhitung -0,005 sebagai alat pengukur yang tidak valid. Alat pengukur yang tidak valid lainnya yaitu dimensi *competitive advantage* dengan pernyataan “tingkat kesepakatan dengan pihak opeasional yang menekan harga” dengan nilai 0,164, dan pernyataan “tingkat laba bersih yang diperoleh usaha anda” dengan nilai 0,155.

Berdasarkan kuisisioner yang diuji pada 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat bebas ( $dk = n - 2$ ) ( $30 - 2 = 28$ ), maka diperoleh nilai t tabel sebesar 1,701 dari tabel hasil pengujian validitas diketahui bahwa pernyataan pernyataan yang diajukan kepada responden seluruhnya dinyatakan valid karena memiliki  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  sehingga pernyataan-pernyataan tersebut dapat dijadikan alat ukur terhadap konsep yang seharusnya diukur. Pada variabel keterampilan

berwirausaha semua item valid, hasil uji validitas tersebut dapat dilihat pada Tabel 3.5 berikut ini:

**TABEL 3. 5.**  
**HASIL UJI T VALIDITAS VARIABEL X (ENTREPRENEURIAL SKIL )**

| No.                            | Pernyataan                                                            | thitung | ttabel | Ket   |
|--------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|---------|--------|-------|
| <i>Leadership Skill</i>        |                                                                       |         |        |       |
| 1                              | Tingkat mencari pekerja berpotensi dari rekomendasi karyawan          | 4.443   | 1.701  | VALID |
| 2                              | Tingkat keketatan proses mencari calon pekerja                        | 3.817   | 1.701  | VALID |
| 3                              | Tingkat intesitas pelatihan keterampilan bagi karyawan                | 4.127   | 1.701  | VALID |
| 4                              | Tingkat tujuan pengadaan pelatihan karyawan yang dilakukan            | 5.072   | 1.701  | VALID |
| 5                              | Tingkat memberikan penghargaan karyawan pada performa terbaik         | 4.443   | 1.701  | VALID |
| 6                              | Tingkat menantang karyawan untuk mengedepankan karir mereka           | 4.116   | 1.701  | VALID |
| 7                              | intesistas mengkomunikasikan tujuan organisasi                        | 4.962   | 1.701  | VALID |
| 8                              | Tingkat keandalan menciptakan budaya yang mendorong pekerjaan         | 6.728   | 1.701  | VALID |
| 9                              | Intesitas mengtransfer pengetahuan ke penerus                         | 5.158   | 1.701  | VALID |
| 10                             | Kelengkapan bekal dokumen untuk penerus                               | 4.828   | 1.701  | VALID |
| 11                             | Tingkat keandalan memilih penerus bisnis                              | 2.527   | 1.701  | VALID |
| 12                             | Tingkat kemampuan mempromosikan kepercayaan lingkungan untuk penerus  | 4.686   | 1.701  | VALID |
| <i>Creative Thinking Skill</i> |                                                                       |         |        |       |
| 13                             | Intesitas merekrut karyawan berbakat                                  | 6.705   | 1.701  | VALID |
| 14                             | Intesitas merekrut tenaga kerja beragam                               | 6.149   | 1.701  | VALID |
| 15                             | Sudah memasukan kreativitas ke dalam pernyataan misi perusahaan       | 4.127   | 1.701  | VALID |
| 16                             | Intesitas pemberian pelatihan karyawan untuk meningkatkan kreativitas | 3.386   | 1.701  | VALID |
| 17                             | Ketersedian tempat eksperimen untuk mencurahkan kreativitas           | 5.538   | 1.701  | VALID |
| 18                             | Ketersediaan gambar mendorong kreativitas di ruang kerja              | 5.702   | 1.701  | VALID |
| 19                             | Intesitas menerima kegagalan sebagai pembelajaran                     | 5.619   | 1.701  | VALID |

|                            |                                                                                    |        |       |             |
|----------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|--------|-------|-------------|
| 20                         | Intesitas mengadakan acara untuk membuat karyawan bisa bersenang-senang            | 5.381  | 1.701 | VALID       |
| 21                         | Frekuensi internal perusahaan sering mengucapkan “bagaimana jika”                  | 5.652  | 1.701 | VALID       |
| 22                         | Intesitas melihat masalah sebagai tantangan                                        | 3.171  | 1.701 | VALID       |
| 23                         | Keluwesannya karyawan berbaur satu sama lain                                       | 5.839  | 1.701 | VALID       |
| 24                         | Tingkat memonitor trend di internet                                                | 2.228  | 1.701 | VALID       |
| <i>Technical Skill</i>     |                                                                                    |        |       |             |
| 25                         | Intesitas cara pembuatan produk yang anda ketahui                                  | 3.255  | 1.701 | VALID       |
| 26                         | Intesitas mengetahui informasi terkini mendorong pengembangan produk anda.         | 4.361  | 1.701 | VALID       |
| 27                         | Tingkat kemampuan memperindah tampilan produk                                      | 4.934  | 1.701 | VALID       |
| 28                         | kualitas kemasan produk menarik                                                    | 5.030  | 1.701 | VALID       |
| 29                         | Tingkat membuat kemasan produk aman dari kerusakan                                 | 2.386  | 1.701 | VALID       |
| 30                         | Tingkat kelengkapan informasi pada produk                                          | 3.700  | 1.701 | VALID       |
| 31                         | Tingkat kemampuan mengolah bahan baku                                              | 3.204  | 1.701 | VALID       |
| 32                         | Tingkat Kemampuan menambah nilai guna produk                                       | 3.979  | 1.701 | VALID       |
| 33                         | Frekuensi ikut serta dalam pelatihan pembuatan produk                              | 2.393  | 1.701 | VALID       |
| 34                         | frekuensi organisasi yang diikuti untuk meningkatkan keterampilan pembuatan produk | 4.116  | 1.701 | VALID       |
| 35                         | Intesitas memperbaiki produk dari masukan konsumen                                 | 4.281  | 1.701 | VALID       |
| 36                         | Intesitas uji produk sebelum diluncurkan                                           | 5.874  | 1.701 | VALID       |
| <i>Communication Skill</i> |                                                                                    |        |       |             |
| 37                         | Tingkat kualitas suara sesuai dengan konsumen                                      | 2.841  | 1.701 | VALID       |
| 38                         | Tingkat kecepatan berbicara tidak terlalu cepat ataupun lambat                     | 6.168  | 1.701 | VALID       |
| 39                         | Tingkat kecepatan berbicara tidak terlalu lambat                                   | 2.911  | 1.701 | VALID       |
| 40                         | Tingkat berbicara sederhana                                                        | 4.776  | 1.701 | VALID       |
| 41                         | Tingkat mempelajari logat propek                                                   | 1.811  | 1.701 | VALID       |
| 42                         | Tingkat kemampuan mengarahkan konsumen dengan pertanyaan                           | 4.587  | 1.701 | VALID       |
| 43                         | Tingkat membuat diri sebagai teman paling dekat prospek melalui semata situasinya  | 6.285  | 1.701 | VALID       |
| 44                         | Tingkat memadukan gaya dengan prospek                                              | -0.575 | 1.701 | TIDAK VALID |
| 45                         | Tingkat empati kepada prospek                                                      | 4.327  | 1.701 | VALID       |
| 46                         | Tingkat lebih banyak mendengarkan daripada berbicara                               | 5.570  | 1.701 | VALID       |

|                        |                                                                         |       |       |             |
|------------------------|-------------------------------------------------------------------------|-------|-------|-------------|
| 47                     | Tingkat kemampuan mendengarkan secara seksama untuk memahami informasi. | 3.431 | 1.701 | VALID       |
| 48                     | frekuensi tidak memotong percakapan konsumen                            | 3.867 | 1.701 | VALID       |
| <i>Marketing Skill</i> |                                                                         |       |       |             |
| 49                     | Tingkat kemampuan menemukan ceruk kebutuhan konsumen                    | 1.833 | 1.701 | VALID       |
| 50                     | Tingkat kemampuan mengolah usaha anda menjadi istimewa (unik)           | 6.639 | 1.701 | VALID       |
| 51                     | Tingkat kualitas senantiasa baik pada produk yang dijual                | 3.680 | 1.701 | VALID       |
| 52                     | Tingkat kualitas proses usaha senantiasa melakukan perbaikan            | 3.577 | 1.701 | VALID       |
| 53                     | Tingkat kepuasan pelanggan senantiasa menjadi prioritas                 | 2.841 | 1.701 | VALID       |
| 54                     | Tingkat kemampuan menghasilkan penjualan melalui media website          | 3.586 | 1.701 | VALID       |
| 55                     | Tingkat kampanye pemasaran usaha anda menyenangkan bagi konsumen        | 2.187 | 1.701 | VALID       |
| 56                     | Tingkat pelanggan merasa memiliki atas produk anda                      | 1.312 | 1.701 | TIDAK VALID |
| 57                     | Jumlah komunitas konsumen social media dari usaha anda yang meningkat   | 3.080 | 1.701 | VALID       |
| 58                     | Jumlah penjualan melalui instagram (facebook)                           | 5.736 | 1.701 | VALID       |
| 59                     | Jumlah pelanggan yang senantiasa mengkonsumsi produk                    | 4.867 | 1.701 | VALID       |
| 60                     | Tingkat citra usaha anda selalu teringat oleh konsumen                  | 6.531 | 1.701 | VALID       |

Berdasarkan Tabel 3.5 tersebut dapat diketahui bahwa seluruh item telah dinyatakan valid, adapun nilai tertinggi terdapat pada dimensi *leadership skill* dengan item pernyataan “Tingkat keandalan menciptakan budaya yang mendorong pekerjaan” yang bernilai 5,650 dan nilai terendah terdapat pada dimensi *timeliness* dengan item pernyataan “tingkat memadukan gaya dengan prospek” yang bernilai -0,575 sehingga dapat ditafsirkan bahwa signifikansinya cukup tinggi. Berikut ini hasil uji validitas variabel purchase intention sebagaimana dapat dilihat pada Tabel 3.6.

**TABEL 3. 6**  
**HASIL UJI T**  
**VALIDITAS VARIABEL Y (KESUKSESAN BISNIS)**

| No. | Pernyataan | thitung | ttabel | Ket |
|-----|------------|---------|--------|-----|
|-----|------------|---------|--------|-----|

| <i>Competitive advantage</i> |                                                                                   |       |       |                |
|------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|-------|-------|----------------|
| 61                           | Jumlah produk yang dimanipulasi berhasil                                          | 4.127 | 1.701 | VALID          |
| 62                           | Karyawan yang dimiliki memiliki kualitas yang unggul.                             | 4.073 | 1.701 | VALID          |
| 63                           | Tingkat layanan yang diberikan dapat melengkapi produk                            | 4.396 | 1.701 | VALID          |
| 64                           | Tingkat konsumen mengenal usaha anda sebagai usaha yang berbeda dengan orang lain | 6.000 | 1.701 | VALID          |
| 65                           | Tingkat produk anda berkualitas sesuai dengan ekpetasi yang tinggi                | 4.466 | 1.701 | VALID          |
| 66                           | Tingkat cara baru yang dihasilkan perusahaan untuk perbaikan                      | 6.489 | 1.701 | VALID          |
| 67                           | Tingkat kesepakatan harga dengan pemasok bahan baku mampu menekan harga produksi  | 2.864 | 1.701 | VALID          |
| 68                           | Tingkat penggunaan alat produksi yang menekan biaya produksi                      | 2.615 | 1.701 | VALID          |
| 69                           | Tingkat kesepakatan harga dengan pihak operasional yang menekan harga             | 0.878 | 1.701 | TIDAK<br>VALID |
| 70                           | Tingkat rendahnya biaya tidak menurunkan kualitas barang.                         | 3.031 | 1.701 | VALID          |
| <i>Profitability</i>         |                                                                                   |       |       |                |
| 71                           | Tingkat laba bersih yang diperoleh usaha anda                                     | 0.830 | 1.701 | TIDAK<br>VALID |
| 72                           | Tingkat pendapatan yang yang diperoleh usaha anda                                 | 4.338 | 1.701 | VALID          |
| 73                           | Jumlah pelanggan yang membeli ulang produk anda                                   | 4.763 | 1.701 | VALID          |
| 74                           | Jumlah konsumen baru yang membeli produk anda                                     | 4.338 | 1.701 | VALID          |
| 75                           | Jumlah mitra yang membantu menjual produk anda                                    | 4.149 | 1.701 | VALID          |
| 76                           | Jumlah produk yang terjual melalui website                                        | 7.180 | 1.701 | VALID          |
| 77                           | Jumlah produk yang terjual melalui media sosial                                   | 8.030 | 1.701 | VALID          |
| 78                           | Jumlah produk yang terjual melalui mitra penjualan                                | 5.443 | 1.701 | VALID          |

|                              |                                                                          |       |       |                |
|------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|-------|-------|----------------|
| 79                           | Jumlah produk yang terjual melalui penawaran langsung                    | 4.841 | 1.701 | VALID          |
| 80                           | Jumlah produk yang terjual melalui toko, atau tempat usaha               | 6.266 | 1.701 | VALID          |
| <i>Costumer Satisfaction</i> |                                                                          |       |       |                |
| 81                           | Tingkat konsumen terbantu terselesaikan kebutuhannya oleh produk anda    | 2.841 | 1.701 | VALID          |
| 82                           | Tingkat konsumen tercapai ekspektasinya setelah mengkonsumsi produk anda | 4.934 | 1.701 | VALID          |
| 83                           | Tingkat layanan yang diberikan membantu menyelesaikan masalah konsumen   | 2.296 | 1.701 | VALID          |
| 84                           | Tingkat layanan yang diberikan mampu membuat konsumen puas               | 5.719 | 1.701 | VALID          |
| 85                           | Tingkat pelayanan ketika konsumen bermasalah                             | 5.753 | 1.701 | VALID          |
| 86                           | Jumlah konsumen baru yang bertambah dari rekomendasi konsumen anda       | 2.998 | 1.701 | VALID          |
| 87                           | Jumlah konsumen yang sukarela menyiarkan usaha anda                      | 4.000 | 1.701 | VALID          |
| 88                           | Jumlah konsumen yang senantiasa membeli ulang                            | 3.154 | 1.701 | VALID          |
| 89                           | Tingkat konsumen mengeluh atau memberikan testomoni yang jelek           | 3.847 | 1.701 | VALID          |
| 90                           | Tingkat lokasi usaha anda mudah dijangkau konsumen                       | 4.000 | 1.701 | VALID          |
| <i>Survival</i>              |                                                                          |       |       |                |
| 91                           | Jumlah hutang yang mengganggu kesehatan arus kas                         | 5.366 | 1.701 | VALID          |
| 92                           | Tingkat rendahnya potensi peraihan dana                                  | 7.231 | 1.701 | VALID          |
| 93                           | Tingkat investasi/penanaman modal ke usaha anda adalah bukan resiko      | 4.649 | 1.701 | VALID          |
| 94                           | Besarnya piutang tidak membuat arus kas terganggu                        | 0.028 | 1.701 | TIDAK<br>VALID |
| 95                           | Jumlah modal usaha senantiasa meningkat                                  | 1.909 | 1.701 | VALID          |
| 96                           | Tingkat produktivitas tenaga kerja efektif                               | 2.887 | 1.701 | VALID          |

|     |                                                                                                  |       |       |       |
|-----|--------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|-------|-------|
| 97  | Keuangan yang dimiliki padat modal sehingga mampu melakukan ekspansi usaha                       | 1.939 | 1.701 | VALID |
| 98  | Bisnis anda tidak memiliki resiko yang tinggi yang membuat arus kas naik turun sedikimikian rupa | 3.162 | 1.701 | VALID |
| 99  | Jumlah varian produk yang dijual untuk meningkatkan laba                                         | 3.316 | 1.701 | VALID |
| 100 | Perusahaan senantiasa berprodukuasi sehingga tidak adanya sumberdaya yang menganggur             | 1.949 | 1.701 | VALID |

Berdasarkan Tabel 3.6 tersebut dapat diketahui bahwa seluruh item telah dinyatakan valid, adapun nilai tertinggi terdapat pada *profitability* dengan item pernyataan “Jumlah produk yang terjual melalui penawaran langsung” yang bernilai 8,030 dan nilai terendah terdapat pada dimensi *trust in online shopping* dengan item pernyataan “Besarnya piutang tidak membuat arus kas terganggu” yang bernilai 0,028 sehingga dapat ditafsirkan bahwa signifikansinya cukup tinggi.

### 3.2.7.3. Pengujian Realibilitas

Pengujian reliabilitas menunjukkan bahwa setiap instrument dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data, apabila dapat menunjukkan kesamaan data dalam waktu yang berbeda (Sugiyono, 2014).

Jika suatu instrumen dapat dipercaya, maka data yang dihasilkan oleh instrumen tersebut dapat dipercaya. Pengujian reliabilitas instrumen dilakukan dengan suatu angka yang disebut koefisien reliabilitas (Alpha Cronbach). 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. Pengujian reliabilitas kuesioner penelitian dilakukan dengan rumus cronbach alpha. Rumus cronbach alpha digunakan untuk mencari reliabilitas instrumen yang skornya bukan 1 dan 0, misalnya angket atau soal bentuk uraian, adapun rumusnya sebagai berikut:

(Husein Umar, 2008:170)

Keterangan:

$r_{11}$  : reliabilitas instrument

k : banyaknya butir pertanyaan

: deviasi standar total  
 : deviasi standar butir

Jumlah varian butir ditetapkan dengan cara mencari nilai varian tiap butir, kemudian jumlahkan seperti yang dipaparkan berikut ini. Rumus deviasi standar yang digunakan adalah sebagai berikut : Hasil uji reliabilitas ditentukan dengan kriteria sebagai berikut:

(Husein Umar, 2008:170)

Keterangan:

N : Jumlah populasi  
 n : Jumlah responden (sampel jenuh)  
 X : Nilai skor yang dipilih  
 S<sup>2</sup> : Nilai varians

Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut:

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

### 3.2.6.1. Pengujian Reliabilitas

Berdasarkan jumlah kuisioner yang diuji kepada 251 responden dengan tingkat signifikansi 5 % dan derajat kebebasan (df = n-2) (251-2= 249) didapatkan nilai  $r_{tabel}$  0,355. 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 3.5 mengenai hasil pengujian reliabilitas.

**TABEL 3. 7**  
**HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS**

| No. | Variabel                       | $r_{hitung}$ | $r_{tabel}$ | Keterangan |
|-----|--------------------------------|--------------|-------------|------------|
| 1.  | <i>Leadership Skill</i>        | 0,627        | 0,1874      | RELIABEL   |
| 2.  | <i>Creative Thinking Skill</i> | 0,644        | 0,1874      | RELIABEL   |

|    |                            |       |        |          |
|----|----------------------------|-------|--------|----------|
| 3. | <i>Technical Skill</i>     | 0,661 | 0,1874 | RELIABEL |
| 4. | <i>Communication Skill</i> | 0,653 | 0,1874 | RELIABEL |
| 5. | <i>Marketing Skill</i>     | 0,666 | 0,1874 | RELIABEL |
| 7. | Kesuksesan bisnis          | 0,804 | 0,1874 | RELIABEL |

Sumber: Survei Penelitian 2019

Berdasarkan Tabel 3.5 di atas, semua variabel dan dimensi dinyatakan reliabel karena r hitung lebih besar daripada rtabel. Pada instrumen variabel *Business Success* memiliki nilai tertinggi dengan r hitung 0,1874. Sedangkan nilai terendah pada dimensi *Leadership Skill* dengan nilai hitung 0,627.

### 3.2.8. Teknik Analisis Data

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket atau kuisioner yang disusun oleh peneliti berdasarkan variabel penelitian mengenai Keterampilan berwirausaha terhadap Kesuksesan bisnis. Kegiatan analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui tahapan sebagai berikut:

1. Menyusun data. Kegiatan ini dilakukan untuk memeriksa kelengkapan identitas responden, kelengkapan data beserta isian data yang sesuai dengan tujuan penelitian
2. Menyeleksi data, kegiatan ini dilakukan untuk memeriksa kesempurnaan dan kebenaran data yang telah terkumpul.
3. Tabulasi data. Penelitian ini melakukan tabulasi data dengan langkah-langkah sebagai berikut :
  - a. Memberi skor pada tiap item. Penelitian ini akan diteliti pengaruh X terhadap Y dengan skala pengukuran menggunakan skala *semantic differensial*. Data yang diperoleh adalah data interval. Responden yang memberi penilaian dengan angka 7 berarti sangat positif, sedangkan bila memberi jawaban angka 4 berarti netral, bila memberi angka 1 berarti persepsi responden terhadap pernyataan itu sangat negatif. Dalam penelitian ini, setiap pernyataan dari angket terdiri dari 7 kategori alternatif jawaban tersebut diperlihatkan pada tabel berikut ini.

**TABEL 3. 8**  
**SKOR ALTERNATIF**

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

Sumber: Modifikasi dari Sekardanan Bougie (2013)

- b. Menjumlah skor pada setiap item.
  - c. Menyusun ranking skor pada setiap variabel penelitian.
4. Menganalisis data, kegiatan ini merupakan proses pengolahan data dengan menggunakan rumus statistik dan menginterpretasi data agar diperoleh suatu kesimpulan.
  5. Pengujian, kegiatan ini dilakukan untuk menguji hipotesis dimana metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif dan verifikatif

### 3.2.8.1. 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, variabel-variabel penelitian, antara lain:

1. Analisis deskriptif karakteristik responden
2. Analisis deskriptif Keterampilan berwirausaha (X)

Variabel X terfokus pada penelitian terhadap Keterampilan berwirausaha yang meliputi: *marketing skill*, *communication skill*, *management team skill*, *technical skill*, dan *thinking skill*

3. Analisis deskriptif Kesuksesan bisnis (Y)

Variabel Y terfokus pada penelitian terhadap Kesuksesan bisnis yang meliputi: *survival*, *operational competitive advantage*, *costumer satisfaction*, dan *profitable*.

Untuk mengkategorikan hasil perhitungan, digunakan kriteria penafsiran persentase yang diambil dari 0% sampai 100%. Rumus dalam menentukan skor 0-100% menggunakan rumus dari sugiyono (2017:94) berikut ini:

|                       |                                                                                         |
|-----------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|
| Nilai Indeks Maksimum | : Skor interval tertinggi x jumlah item pertanyaan<br>setiap dimensi x jumlah responden |
| Nilai indeks minimum  | : Skor interval terendah x jumlah item pertanyaan<br>setiap dimensi x jumlah responden  |
| Jarak Interval        | : (Nilai maksimum-nilai minimum) : skor interval                                        |
| Persentase skor       | : (Total skor : nilai maksimum) x 100                                                   |

Penafsiran pengolahan data berdasarkan batas-batas disajikan pada Tabel 3.5 sebagai berikut:

**TABEL 3 1**  
**KRITERIA PENAFSIRAN HASIL PERHITUNGAN RESPONDEN**

| No | Kriteria Penafsiran | Keterangan         |
|----|---------------------|--------------------|
| 1  | 0%                  | Tidak Seorangpun   |
| 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 (2013:184)

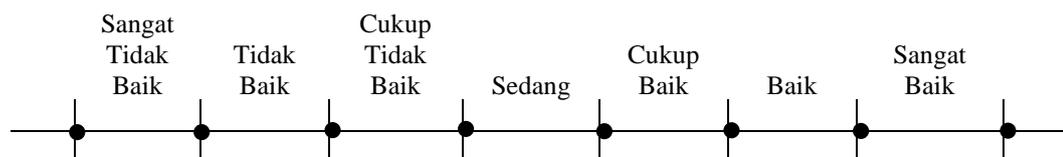
### **Garis Kontinum**

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. 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 terdapat rumus untuk mencari hasil skor ideal (Sugiyono, 2014) sebagai berikut:

|                       |                                                                                         |
|-----------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|
| Nilai Indeks Maksimum | = Skor Interval Tertinggi x Jumlah Item Pertanyaan<br>Setiap Dimensi x Jumlah Responden |
|-----------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|

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

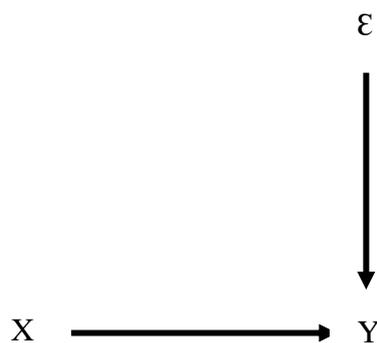
Perolehan skor didasarkan pada hasil pengolahan data pada sub variabel, skor tersebut dapat digambarkan melalui garis kontinum sebagai berikut :



**GAMBAR 3. 1.**  
**GARIS KONTINUM**

### 3.2.8.2. Analisis Verifikatif Menggunakan Path Analysis

Analisis verifikatif 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 (Keterampilan berwirausaha) yang terdiri dari Memimpin, Memotivasi tim dan membangun tim yang kuat, Mengorganisasi tim, Berkomunikasi, Merencanakan strategi usaha, Mengatasi kesulitan menjadi peluang, Menjual, Teknis, Mengoperasikan komputer, dan Menyusun konsep ( $X_1, X_2, X_3, X_4, X_5$ ) terhadap variabel Y (Kesuksesan bisnis). Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggambar struktur hipotesis pada gambar 3.1 sebagai berikut.



**GAMBAR 3. 2.**

**STRUKTUR PENGARUH VARIABEL X TERHADAP Y, DAN VARIABEL LAIN**

Keterangan:

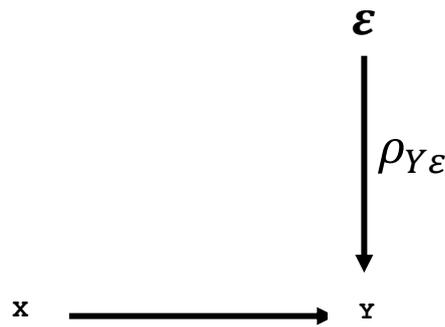
X : Keterampilan berwirausaha

Y : Kesuksesan bisnis

ε : Variabel lain (Epsilon)

Struktur hubungan Gambar 3.1 menjelaskan bahwa Keterampilan berwirausaha berdampak pada Kesuksesan bisnis. Selain itu terdapat faktor-faktor lain yang mempengaruhi hubungan antara X (Keterampilan berwirausaha) dan Y (Kesuksesan bisnis) yaitu variabel residu dan dilambangkan dengan ε 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 Keterampilan berwirausaha (X) yang terdiri dari: *marketing skill* ( $X_1$ ), *management team skill* ( $X_2$ ), *thinking skill* ( $X_3$ ), *technical skill* ( $X_4$ ), *communication skill* ( $X_5$ ), dalam membangun variabel endogen (Y) yaitu Kesuksesan bisnis (Y) Pengujian hipotesis dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

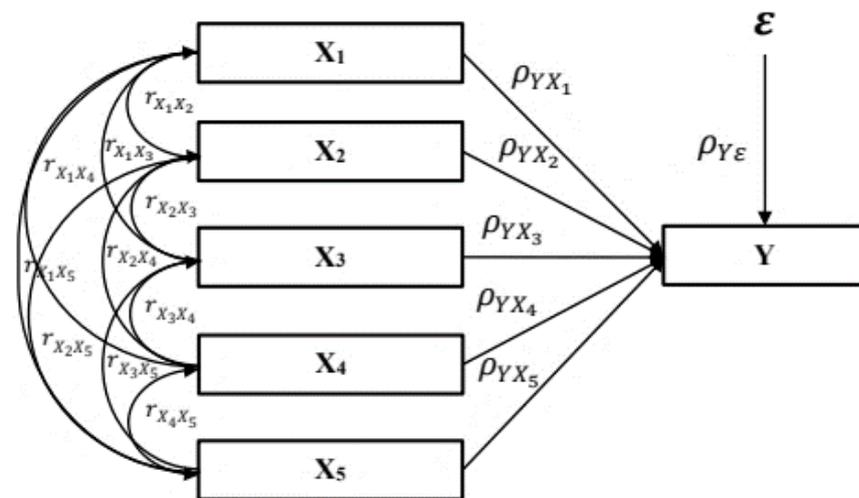
1. Menggambarkan struktur hipotesis utama



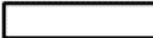
**GAMBAR 3. 3.**

**DIAGRAM HIPOTESIS UTAMA**

2. Selanjutnya diagram hipotesis di atas diterjemahkan ke dalam beberapa subhipotesis yang menyatakan pengaruh subvariabel independen (eksogen) yang paling dominan terhadap variabel dependen (endogen). Lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 3.3 sebagai berikut:



**Keterangan:**

-  Variabel dimensi yang diteliti  
 Pengaruh Kausalitas  
 Hubungan Korelasional

**GAMBAR 3. 4.**

**DIAGRAM JALUR SUB HIPOTESIS**

Keterangan:

- Y = Kesuksesan bisnis sebagai variabel terikat (endogen)  
 X<sub>1</sub> = *Marketing skill* sebagai variabel bebas(eksogen)

Rizky Wirayuda Subiawijaya, 2020

**PENGARUH ENTREPRENEURIAL SKILL TERHADAP BUSINESS SUCCESS (SURVEI PADA PENGUSAHA DI KOMUNITAS BENUA CITRA NIAGA BANDUNG)**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

$X_2$  = *Management team skill* sebagai variabel bebas (eksogen)

$X_3$  = *Thinking skill* sebagai variabel bebas (eksogen)

$X_4$  = *technical skill* sebagai variabel bebas (eksogen)

$X_5$  = *communication skill* sebagai variabel bebas (eksogen)

3. Susun matriks korelasi antar variabel bebas

|  | $X_1$ | $X_2$ | $X_3$ | $X_4$ | $X_5$ |       |
|--|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
|  | 1     | .     | .     | .     | .     | $X_1$ |
|  |       | 1     | .     | .     | .     | $X_2$ |
|  |       |       | 1     | .     | .     | $X_3$ |
|  |       |       |       | 1     | .     | $X_4$ |
|  |       |       |       |       | 1     | $X_5$ |

Tambah statement metode trimming

4. Identifikasi persamaan sub hipotesis menghitung matriks invers korelasi

|              | $X_1$     | $X_2$     | $X_3$     | $X_4$     | $X_5$     |       |
|--------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-------|
| $R_1^{-1} =$ | $C_{1.1}$ | $C_{1.2}$ | $C_{1.3}$ | $C_{1.4}$ | $C_{1.5}$ | $C_1$ |
|              |           | $C_{2.2}$ | $C_{2.3}$ | $C_{2.4}$ | $C_{2.5}$ | $C_2$ |
|              |           |           | $C_{3.3}$ | $C_{3.4}$ | $C_{3.5}$ | $C_3$ |
|              |           |           |           | $C_{4.4}$ | $C_{4.5}$ | $C_4$ |
|              |           |           |           |           | $C_{5.5}$ | $C_5$ |

5. Menghitung semua koefisien jalur melalui rumus

|               | $X_1$     | $X_2$     | $X_3$     | $X_4$     | $X_5$     |            |
|---------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|
| $\rho_{YX_1}$ | $C_{1.1}$ | $C_{1.2}$ | $C_{1.3}$ | $C_{1.4}$ | $C_{1.5}$ | $r_{YX_1}$ |
| $\rho_{YX_2}$ |           | $C_{2.2}$ | $C_{2.3}$ | $C_{2.4}$ | $C_{2.5}$ | $r_{YX_2}$ |
| $\rho_{YX_3}$ |           |           | $C_{3.3}$ | $C_{3.4}$ | $C_{3.5}$ | $r_{YX_3}$ |
| $\rho_{YX_4}$ |           |           |           | $C_{4.4}$ | $C_{4.5}$ | $r_{YX_4}$ |
| $\rho_{YX_5}$ |           |           |           |           | $C_{5.5}$ | $r_{YX_5}$ |

6. Hitung  $R^2Y$  ( $X_1, X_2, X_3, X_4, X_5$ ) yaitu koefisien yang menyatakan

pengaruh total  $X_1, X_2, X_3, X_4, X_5$  terhadap  $Y$  secara simultan dengan menggunakan rumus:

$$R^2Y (X_1, X_2, X_3, X_4, X_5) = [\rho_{YX_1}, \rho_{YX_2}, \rho_{YX_3}, \rho_{YX_5}]$$

|            |
|------------|
| $r_{YX_1}$ |
| $r_{YX_2}$ |
| $r_{YX_3}$ |
| $r_{YX_4}$ |
| $r_{YX_5}$ |

## 7. Menguji pengaruh langsung maupun tidak langsung dari setiap variabel

### 1) Pengaruh ( $X_1$ ) terhadap $Y$

|                                           |                                                             |
|-------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|
| Pengaruh langsung                         | = $\rho_{YX_1} \cdot \rho_{YX_1}$                           |
| Pengaruh tidak langsung melalui ( $X_2$ ) | = $\rho_{YX_1} \cdot r_{X_1 \cdot X_2} \cdot \rho_{YX_2}$   |
| Pengaruh tidak langsung melalui ( $X_3$ ) | = $\rho_{YX_1} \cdot r_{X_1 \cdot X_3} \cdot \rho_{YX_3}$   |
| Pengaruh tidak langsung melalui ( $X_4$ ) | = $\rho_{YX_1} \cdot r_{X_1 \cdot X_4} \cdot \rho_{YX_4}$   |
| Pengaruh tidak langsung melalui ( $X_5$ ) | = $\rho_{YX_1} \cdot r_{X_1 \cdot X_5} \cdot \rho_{YX_5} +$ |
| Pengaruh total ( $X_1$ ) terhadap $Y$     | = .....                                                     |

### 2) Pengaruh ( $X_2$ ) terhadap $Y$

|                                           |                                                             |
|-------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|
| Pengaruh langsung                         | = $\rho_{YX_2} \cdot \rho_{YX_2}$                           |
| Pengaruh tidak langsung melalui ( $X_1$ ) | = $\rho_{YX_2} \cdot r_{X_2 \cdot X_1} \cdot \rho_{YX_1}$   |
| Pengaruh tidak langsung melalui ( $X_3$ ) | = $\rho_{YX_2} \cdot r_{X_2 \cdot X_3} \cdot \rho_{YX_3}$   |
| Pengaruh tidak langsung melalui ( $X_4$ ) | = $\rho_{YX_2} \cdot r_{X_2 \cdot X_4} \cdot \rho_{YX_4}$   |
| Pengaruh tidak langsung melalui ( $X_5$ ) | = $\rho_{YX_2} \cdot r_{X_2 \cdot X_5} \cdot \rho_{YX_5} +$ |
| Pengaruh total ( $X_2$ ) terhadap $Y$     | = .....                                                     |

### 3) Pengaruh ( $X_3$ ) terhadap $Y$

|                                           |                                                             |
|-------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|
| Pengaruh langsung                         | = $\rho_{YX_3} \cdot \rho_{YX_3}$                           |
| Pengaruh tidak langsung melalui ( $X_1$ ) | = $\rho_{YX_3} \cdot r_{X_3 \cdot X_1} \cdot \rho_{YX_1}$   |
| Pengaruh tidak langsung melalui ( $X_2$ ) | = $\rho_{YX_3} \cdot r_{X_3 \cdot X_2} \cdot \rho_{YX_2}$   |
| Pengaruh tidak langsung melalui ( $X_4$ ) | = $\rho_{YX_3} \cdot r_{X_3 \cdot X_4} \cdot \rho_{YX_4}$   |
| Pengaruh tidak langsung melalui ( $X_5$ ) | = $\rho_{YX_3} \cdot r_{X_3 \cdot X_5} \cdot \rho_{YX_5} +$ |
| Pengaruh total ( $X_3$ ) terhadap $Y$     | = .....                                                     |

- 4) Pengaruh ( $X_4$ ) terhadap Y
- |                                           |                                                       |
|-------------------------------------------|-------------------------------------------------------|
| Pengaruh langsung                         | = $\rho_{YX_4}$                                       |
| Pengaruh tidak langsung melalui ( $X_1$ ) | = $\rho_{YX_4} \cdot r_{X_4 X_1} \cdot \rho_{YX_1}$   |
| Pengaruh tidak langsung melalui ( $X_2$ ) | = $\rho_{YX_4} \cdot r_{X_4 X_2} \cdot \rho_{YX_2}$   |
| Pengaruh tidak langsung melalui ( $X_3$ ) | = $\rho_{YX_4} \cdot r_{X_4 X_3} \cdot \rho_{YX_3}$   |
| Pengaruh tidak langsung melalui ( $X_5$ ) | = $\rho_{YX_4} \cdot r_{X_4 X_5} \cdot \rho_{YX_5} +$ |
| Pengaruh total ( $X_4$ ) terhadap Y       | = .....                                               |
- 5) Pengaruh ( $X_5$ ) terhadap Y
- |                                           |                                                       |
|-------------------------------------------|-------------------------------------------------------|
| Pengaruh langsung                         | = $\rho_{YX_5}$                                       |
| Pengaruh tidak langsung melalui ( $X_1$ ) | = $\rho_{YX_5} \cdot r_{X_5 X_1} \cdot \rho_{YX_1}$   |
| Pengaruh tidak langsung melalui ( $X_2$ ) | = $\rho_{YX_5} \cdot r_{X_5 X_2} \cdot \rho_{YX_2}$   |
| Pengaruh tidak langsung melalui ( $X_3$ ) | = $\rho_{YX_5} \cdot r_{X_5 X_3} \cdot \rho_{YX_3}$   |
| Pengaruh tidak langsung melalui ( $X_4$ ) | = $\rho_{YX_5} \cdot r_{X_5 X_4} \cdot \rho_{YX_4} +$ |
| Pengaruh total ( $X_5$ ) terhadap Y       | = .....                                               |

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

### 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 regresi linear. Kebenaran suatu hipotesis dibuktikan melalui data-data yang terkumpul, secara statistik hipotesis diartikan sebagai pertanyaan mengenai keadaan populasi yang akan diuji kebenarannya berdasarkan data yang diperoleh dari sampel penelitian (Sugiyono, 2013:221).

Untuk menguji signifikansi korelasi antara dimensi variabel *marketing skill* ( $X_1$ ), *management team skill* ( $X_2$ ), *thinking skill* ( $X_3$ ), *technical skill* ( $X_4$ ), *communication skill* ( $X_5$ ) dan *business success* secara simultan dilakukan dengan uji F sebagai berikut:

(Sarwono, 2012)

Keterangan:

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

Apabila  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $F_{tabel}$  maka koefisiensi korelasi yang diuji adalah signifikan yaitu dapat diartikan untuk seluruh populasi. Kriteria penolakan hipotesisnya adalah:

Bila  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak

Bila  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima

Kemudian dilakukan uji statistik secara parsial atau individual dengan rumus menggunakan rumus statistik:

(Saworno, 2012)

Keterangan:

- t =  $t_{hitung}$  yang selanjutnya dibandingkan dengan  $t_{tabel}$   
 R = koefisiensi korelasi  
 k = jumlah variabel independen  
 n = jumlah anggota sampel

Prosedur pengujian di atas mengikuti distribusi t, dengan *Degree of Freedom* = (n-k-1). Kriteria pengujiannya sebagai berikut:

Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak

Jika  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima

Secara statistik, hipotesis utama yang akan diuji dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

$H_0$  :  $\rho \leq 0$ , tidak terdapat pengaruh dari keterampilan berwirausaha terhadap kesuksesan bisnis

$H_a$  :  $\rho > 0$ , terdapat pengaruh positif keterampilan berwirausaha terhadap kesuksesan bisnis

Adapun subhipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini, dapat dirumuskan sebagai berikut

- 1)  $H_0 : \rho \leq 0$ , tidak terdapat pengaruh positif *marketing skill* terhadap kesuksesan bisnis  
 $H_a : \rho > 0$ , terdapat pengaruh positif *marketing skill* terhadap kesuksesan bisnis  
 Berwirausaha
- 2)  $H_0 : \rho \leq 0$ , tidak terdapat pengaruh positif *management team skille* terhadap *business succes*.  
 $H_a : \rho > 0$ , terdapat pengaruh positif *management team skill* terhadap kesuksesan bisnis
- 3)  $H_0 : \rho \leq 0$ , tidak terdapat pengaruh positif *thinking skill* terhadap *business success*  
 $H_a : \rho > 0$ , terdapat pengaruh positif *thinking skill* terhadap kesuksesan bisnis
- 4)  $H_0 : \rho \leq 0$ , tidak terdapat pengaruh positif *tecnical skill* terhadap *business success*  
 $H_a : \rho > 0$ , terdapat pengaruh positif *tecnical skill* terhadap kesuksesan bisnis
- 5).  $H_0 : \rho \leq 0$ , tidak terdapat pengaruh positif *communication skill* terhadap kesuksesan bisnis  
 $H_a : \rho > 0$ , terdapat pengaruh positif *communication skill* terhadap kesuksesan bisnis.

**TABEL 3. 9**  
**TABEL INTERPRETASI HASIL UJI PENGARUH GUILFORD**

| NO | INTERVAL KOEFISIEN | TINGKAT HUBUNGAN |
|----|--------------------|------------------|
| 1  | 0,00-0,199         | Sangat Rendah    |
| 2  | 0,20-0,399         | Rendah           |
| 3  | 0,40-0,599         | Sedang           |
| 4  | 0,60-0,799         | Kuat             |
| 5  | 0,80-1,000         | Sangat Kuat      |

Sumber : Sugiyono (2008:96)