

## 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 b variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No 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 penggunaan sistem perekrutan karyawan	Interval	1-2
			Tingkat/frek uensi pelatihan	Interval	3-4

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

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



: 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 kuisisioner 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 0,804. 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/ Sangat Baik/ Sangat Sering	Rentang Jawaban							Sangat Rendah/ Sangat Buruk/ 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 setiap dimensi x jumlah responden
Nilai indeks minimum	: Skor interval terendah x jumlah item pertanyaan setiap dimensi x jumlah responden
Jarak Interval	: (Nilai maksimum-nilai minimum) : skor interval
Persentase skor	: (Total skor : nilai maksimum) x 100

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)

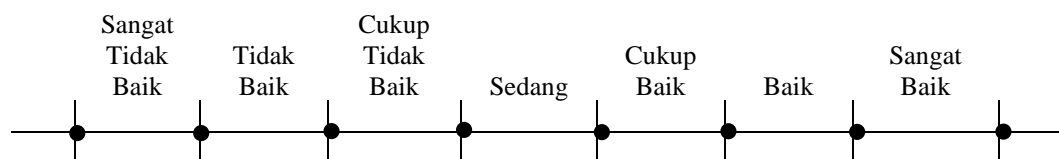
### **Garis Kontinum**

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:

$$\text{Nilai Indeks Maksimum} = \frac{\text{Skor Interval Tertinggi} \times \text{Jumlah Item Pertanyaan}}{\text{Setiap Dimensi} \times \text{Jumlah Responden}}$$

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

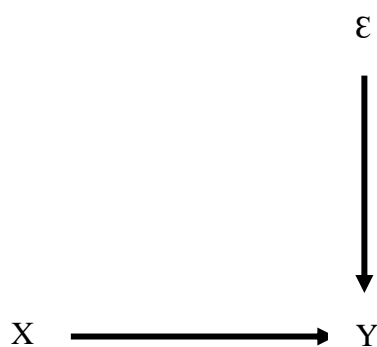
Perolehan skor didasarkan pada hasil pengolahan data pada sub variabel, skor tersebut dapat digambarkan melalui garis kontinum sebagai berikut :



**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:

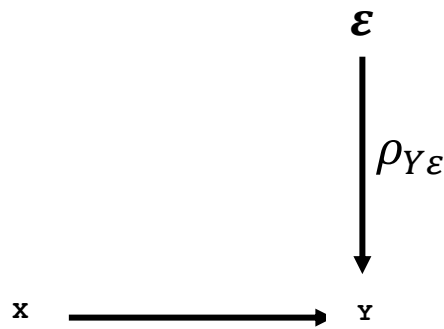
X : Keterampilan berwirausaha

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:

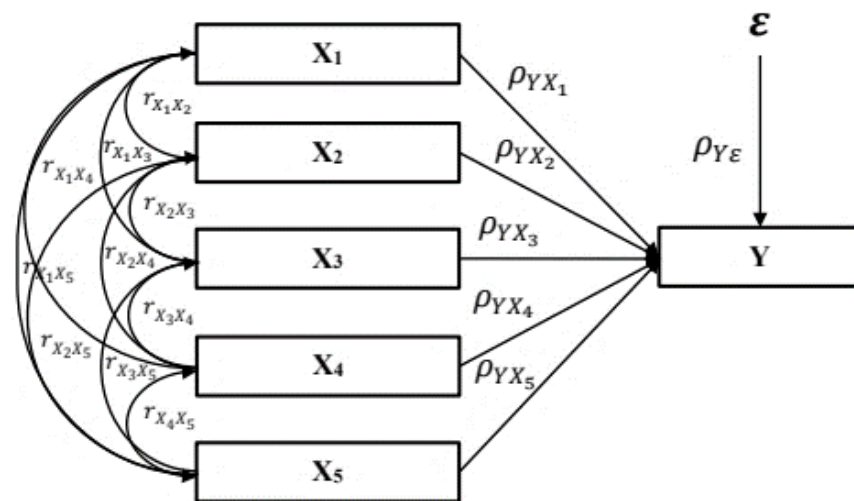
1. Menggambarkan struktur hipotesis utama






**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)