

BAB III

OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah pengaruh pengetahuan kewirausahaan, persepsi keinginan dan persepsi kelayakan terhadap intensi berwirausaha. Adapun yang menjadi variabel terikat (endogen) yaitu Intensi berwirausaha (Y) dengan dimensinya yaitu *preference*, *desire* dan *plans*, selanjutnya objek penelitian sebagai variabel bebas (eksogen) yaitu Pengetahuan Kewirausahaan (X) dengan dimensinya yaitu pengetahuan dasar kewirausahaan, pengetahuan perencanaan usaha, pengetahuan peluang usaha, pengetahuan aspek-aspek usaha, persepsi keinginan (M¹) dengan dimensinya yaitu *personal attitude* dan *social norms* serta persepsi kelayakan (M²) dengan dimensinya yaitu keyakinan potensi diri, keyakinan kesuksesan usaha dan keyakinan keberlangsungan usaha yang menjadi variabel yang diduga memediasi Intensi Berwirausaha. Unit analisis yang dijadikan responden dalam penelitian ini yaitu siswa SMKN Se-Kota Bandung.

Penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu kurang dari satu tahun, maka metode yang digunakan yaitu *cross sectional method*. Metode penelitian *cross sectional* merupakan metode dimana data yang dikumpulkan hanya sekali dalam kurun waktu tertentu, mungkin selama beberapa hari, minggu atau bulan, untuk menjawab pertanyaan penelitian (Sekaran, 2003, hlm. 127), sehingga penelitian ini seringkali disebut penelitian sekali bidik atau *one snapshot* (Hermawan, 2006, hlm. 231).

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang digunakan

Berdasarkan variabel-variabel yang diteliti maka jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan verifikatif. Melalui jenis penelitian deskriptif maka dapat diperoleh gambaran mengenai intensi berwirausaha pada Siswa SMK Negeri

Yekti Sulistyorini, 2022

PERSEPSI KEINGINAN DAN PERSEPSI KELAYAKAN MEMEDIASI PENGARUH PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN TERHADAP INTENSI BERWIRAUSAHA (Survey pada Siswa SMKN Se-Kota Bandung)

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

Bidang Keahlian Bisnis dan Manajemen di Kota Bandung. Sedangkan melalui penelitian verifikatif maka dapat diperoleh pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap intensi berwirausaha dimediasi oleh persepsi keinginan dan persepsi kelayakan.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian *explanatory survey*. Penelitian *explanatory survey* dimana proses pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner. Metode ini digunakan untuk mendapatkan data dari tempat yang sudah direkayasa sebelumnya, data yang diterbitkan dalam jurnal statistik dan lainnya, serta informasi yang tersedia dari sumber publikasi atau non publikasi entah di dalam atau luar organisasi, semua yang dapat berguna bagi peneliti (Sekaran, 2006).

3.2.2 Operasional Variabel

Penelitian ini terdiri dari variabel bebas atau variabel independent (X) dan variabel terikat atau variabel dependent (Y). Berdasarkan objek penelitian yang telah disampaikan, diketahui bahwa variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengetahuan kewirausahaan sebagai variabel independen (X), persepsi keinginan sebagai variabel independen (M1), persepsi kelayakan sebagai variabel independen (M2) dan intensi berwirausaha sebagai variabel dependen (Y). Penjabaran operasionalisasi dari variabel-variabel yang diteliti dapat dilihat pada Tabel 3.1 berikut ini:

Tabel 3.1
Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
Intensi Berwirausaha (Y)	<i>Preference</i> Pilihan karir sebagai wirausaha	<i>Goals</i>	Tingkat tujuan karir Individu untuk menjadi wirausaha	Ordinal	1
			Tingkat keberpihakan menjadi wirausaha	Ordinal	2

Yekti Sulistyorini, 2022

PERSEPSI KEINGINAN DAN PERSEPSI KELAYAKAN MEMEDIASI PENGARUH PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN TERHADAP INTENSI BERWIRAUSAHA (Survey pada Siswa SMKN Se-Kota Bandung)

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

Bogatyreva, (2016)		<i>Readiness</i>	Tingkat kesiapan untuk menjadi wirausaha	Ordinal	3, 4
	<i>Desire</i>		Tingkat keinginan untuk memulai usaha	Ordinal	5
	<i>Plans</i>	<i>Prospect</i>	Tingkat perencanaan memulai usaha	Ordinal	6
		<i>Serious</i>	Tingkat keseriusan perencanaan memulai usaha	Ordinal	7, 8
		<i>Open a business</i>	Tingkat kesiapan perencanaan membuka usaha	Ordinal	9
Pengetahuan Kewirausahaan (X) Suryana (2009) Kurjono (2017)	Pengetahuan Dasar Kewirausahaan	Pengetahuan tentang bidang usaha yang akan dirintis	Tingkat pengetahuan tentang bidang usaha yang akan dirintis	Ordinal	10
		Pengetahuan tentang peran dan tanggung jawab sebagai wirausaha	Tingkat pengetahuan tentang peran dan tanggung jawab sebagai wirausaha	Ordinal	11
	Pengetahuan Peluang usaha	Pengetahuan dalam memanfaatkan peluang usaha	Tingkat pengetahuan dalam memanfaatkan peluang usaha secara kreatif dan inovatif.	Ordinal	12, 13
		Pengetahuan tentang menilai resiko usaha	Tingkat pengetahuan tentang menilai resiko usaha	Ordinal	14
	Pengetahuan Perencanaan Usaha	Pengetahuan tentang penyusunan proposal usaha	Tingkat pengetahuan tentang penyusunan proposal usaha	Ordinal	15
	Pengetahuan Aspek-aspek usaha	Pengetahuan tentang modal usaha	Tingkat pengetahuan tentang modal usaha	Ordinal	16
		Pengetahuan tentang proses produksi	Tingkat pengetahuan tentang proses produksi	Ordinal	17, 18

Yekti Sulistyorini, 2022

PERSEPSI KEINGINAN DAN PERSEPSI KELAYAKAN MEMEDIASI PENGARUH PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN TERHADAP INTENSI BERWIRAUSAHA (Survey pada Siswa SMKN Se-Kota Bandung)

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

		Pengetahuan tentang pemasaran	Tingkat pengetahuan tentang pemasaran	Ordinal	19
		Pengetahuan tentang distribusi	Tingkat pengetahuan tentang distribusi	Ordinal	20
Persepsi Keinginan (M₁)	Personal Attitude	<i>Attitude towards autonomy</i>	Tingkat Sikap terhadap kemandirian	Ordinal	21, 22
Linan (2004), Linan & Cohard (2011), Guerrero et al., (2008), Desinayake (2013)	Sejauh mana seseorang memiliki sifat yang disukai atau penilaian yang tidak menguntungkan dari perilaku tersebut	<i>Attitude towards challenge</i>	Tingkat sikap terhadap tantangan	Ordinal	23
		<i>Attitudes towards risk</i>	Tingkat sikap terhadap resiko	Ordinal	24
		<i>Attitudes toward achievement</i>	Tingkat sikap terhadap penghargaan	Ordinal	25, 26
		Perceived Social Norms	Dukungan dari lingkungan	Tingkat dukungan dari keluarga,teman dan orang yang dianggap penting	Ordinal
Persepsi Kelayakan (X₂)	Keyakinan Potensi diri	Persepsi masyarakat terhadap profesi wirausaha	Tingkat persepsi masyarakat terhadap profesi wirausaha	Ordinal	30
		Keberadaan model atau mentor	Tingkat keberadaan model atau mentor yang memberi inspirasi	Ordinal	31
		Keyakinan akan potensi menjadi wirausaha	Tingkat keyakinan akan potensi menjadi wirausaha	Ordinal	32
Linan (2004), Krueger et al., (1994), Guerrero et al., (2006), Kurjono et al., (2020)		Keyakinan akan menjadi wirausaha yang berhasil	Tingkat keyakinan akan menjadi wirausaha yang berhasil	Ordinal	33

	Keyakinan memiliki bakat dalam wirausaha	Tingkat keyakinan memiliki bakat dalam wirausaha	Ordinal	34
	Keyakinan memiliki karakter wirausaha	Tingkat keyakinan memiliki karakter wirausaha	Ordinal	35, 36, 37, 38
Keyakinan Kesuksesan Usaha	Keyakinan akan sukses dalam menjalankan usaha	Tingkat keyakinan akan sukses dalam menjalankan usaha	Ordinal	39
	Keyakinan mengatasi kesulitan yang timbul	Tingkat keyakinan mengatasi kesulitan yang timbul	Ordinal	40
	Keyakinan dalam pengembangan usaha	Tingkat keyakinan dalam pengembangan usaha	Ordinal	41
Keyakinan kelangsungan hidup usaha	Keyakinan kelangsungan hidup usaha	Tingkat keyakinan akan kelangsungan hidup usaha	Ordinal	42

Sumber: Berdasarkan hasil pengolahan data, referensi buku dan jurnal

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti untuk menjawab masalah atau tujuan penelitian. Data sekunder merupakan struktur data historis mengenai variabel yang telah dikumpulkan dan dihimpun sebelumnya oleh pihak lain (Hermawan, 2006). Berikut ini merupakan penjelasan mengenai data primer dan sekunder menurut (Malhotra, 2015) yaitu:

1. Data primer yaitu data yang berasal dari peneliti, khusus untuk mengatasi masalah penelitian. Sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh dari kuesioner yang disebar kepada sejumlah responden sesuai dengan target sasaran yaitu melalui survei pada siswa SMKN Se-Kota Bandung.
2. Data sekunder yaitu data yang dikumpulkan untuk tujuan lain selain masalah yang ditangani dan terdiri dari dua jenis yaitu data sekunder internal dan

Yekti Sulistyorini, 2022

PERSEPSI KEINGINAN DAN PERSEPSI KELAYAKAN MEMEDIASI PENGARUH PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN TERHADAP INTENSI BERWIRAUSAHA (Survey pada Siswa SMKN Se-Kota Bandung)

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

eksternal. Data internal adalah data yang dihasilkan dalam organisasi yang penelitian sedang dilakukan. Data eksternal adalah data yang dihasilkan oleh sumber di luar organisasi. Sumber data sekunder dalam penelitian ini yaitu data literatur, artikel, jurnal, situs internet, dan berbagai sumber informasi lainnya. Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat lebih jelas pada Tabel 3.2.

Tabel 3.2
Jenis dan Sumber Data

No.	Data	Jenis Data	Sumber Data
1.	Data Peringkat <i>Global Indeks Entrepreneurship</i> Tahun 2019	Sekunder	<i>Global Entrepreneur Indeks</i>
2.	Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) Berdasarkan Pendidikan Tertinggi Yang Ditamatkan Pada Tahun 2019-2020 (dalam persen)	Sekunder	Badan Pusat Statistik (BPS)
3.	Data Pilihan Karir Siswa Pasca Lulus	Sekunder	Jawaban responden
4.	Data jumlah siswa kelas XII SMKN 1 Kota Bandung	Sekunder	Tata Usaha SMKN 1 Kota Bandung
5.	Data jumlah siswa kelas XII SMKN 3 Kota Bandung	Sekunder	Tata Usaha SMKN 3 Kota Bandung
6.	Data jumlah siswa kelas XII SMKN 11 Kota Bandung	Sekunder	Tata Usaha SMKN 11 Kota Bandung

5.	Tanggapan responden tentang intensi berwirausaha	Primer	Jawaban responden
6.	Tanggapan responden tentang tingkat pengetahuan kewirausahaan	Primer	Jawaban responden
7.	Tanggapan responden tentang persepsi keinginan	Primer	Jawaban responden
8.	Tanggapan responden tentang persepsi kelayakan	Primer	Jawaban responden

Sumber: Hasil pengolahan data

3.2.4 Populasi dan Sampel Penelitian

3.2.4.1 Populasi

Populasi adalah total dari semua elemen yang terbagi dalam beberapa perangkat karakteristik (Malhotra, 2014, hlm. 280). Populasi perlu diidentifikasi secara tepat dan akurat sejak awal penelitian. Populasi yang tidak diidentifikasi dengan baik, memungkinkan akan menghasilkan sebuah kesimpulan penelitian yang keliru. Hasil penelitian tersebut kemungkinan tidak akan memberikan informasi yang relevan karena tidak tepatnya penentuan populasi (Hermawan, 2006, hlm. 302). Berdasarkan pengertian mengenai populasi, maka populasi dalam penelitian ini yaitu Siswa SMK Negeri Bidang Keahlian Bisnis dan Manajemen di Kota Bandung yang dapat dilihat pada Tabel 3.3 berikut ini:

Tabel 3.3

Jumlah Populasi Penelitian

No.	Nama Sekolah	Kompetensi Keahlian	Jumlah
1.	SMKN 1 Kota Bandung	Akuntansi dan Keuangan Lembaga	252
		Bisnis Daring dan Pemasaran	131
		Otomatisasi dan Tata Kelola Perkantoran	95
2.	SMKN 3 Kota Bandung	Akuntansi dan Keuangan Lembaga	141
		Bisnis Daring dan Pemasaran	65
		Retail	101

Yekti Sulistyorini, 2022

PERSEPSI KEINGINAN DAN PERSEPSI KELAYAKAN MEMEDIASI PENGARUH PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN TERHADAP INTENSI BERWIRAUSAHA (Survey pada Siswa SMKN Se-Kota Bandung)

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

		Otomatisasi dan Tata Kelola Perkantoran	142
		Manajemen Logistik	33
3.	SMKN	Akuntansi dan Keuangan Lembaga	101
	11 Kota	Bisnis Daring dan Pemasaran	97
	Bandung	Otomatisasi dan Tata Kelola Perkantoran	135
		Manajemen Logistik	32
Jumlah			1.325

Sumber: Tata Usaha SMKN

Berdasarkan data tersebut, maka dapat diketahui bahwa populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 1.325 siswa.

3.2.4.2 Sampel

Sampel adalah subkelompok dari populasi yang dipilih untuk proyek riset (Malhotra, 2015, hlm. 305), pada penelitian ini tidak mungkin semua populasi dapat diteliti oleh penulis disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya keterbatasan biaya, tenaga, dan waktu yang tersedia. Oleh karena itu, peneliti diperkenankan mengambil sebagian dari objek populasi yang ditentukan dengan catatan bagian yang diambil tersebut mewakili objek populasi lain yang tidak diteliti. Penarikan sampel dalam penelitian ini dilakukan melalui penghitungan sampel siswa dengan menggunakan rumus Slovin yaitu sebagai berikut:

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

Keterangan: d^2

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

d^2 = presisi yang ditetapkan

Dengan menggunakan rumus Slovin, sampel siswa dapat dihitung sebagai berikut:

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

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

Yekti Sulistyorini, 2022

PERSEPSI KEINGINAN DAN PERSEPSI KELAYAKAN MEMEDIASI PENGARUH PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN TERHADAP INTENSI BERWIRUSAHA (Survey pada Siswa SMKN Se-Kota Bandung)

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

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

$$n = \frac{1325}{1325 (0,05)^2 + 1}$$

307,2 dibulatkan menjadi 307

Berdasarkan perhitungan Slovin, maka sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 307 siswa. Adapun untuk menentukan jumlah sampel siswa untuk setiap tingkatan dilakukan secara proporsional dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$n_i = \frac{N_i}{N} \times n \quad (\text{Riduwan \& Kuncoro, 2012})$$

Keterangan:

n_i = Jumlah sampel menurut stratum

N_i = Jumlah populasi menurut stratum

N = Jumlah populasi keseluruhan

n = Jumlah sampel keseluruhan

Jumlah sampel siswa dari masing-masing tingkatan dimuat dalam Tabel 3.4.

Tabel 3.4

Perhitungan Sampel

No.	Nama Sekolah	Kompetensi Keahlian	Jumlah Populasi	Jumlah Sampel	Jumlah
1	SMKN 1 Kota Bandung	Akuntansi dan Keuangan Lembaga	252	$\frac{252}{1325} \times 307 = 58,38$	111
		Bisnis Daring dan Pemasaran	131	$\frac{131}{1325} \times 307 = 30,35$	
		Otomatisasi dan Tata Kelola Perkantoran	95	$\frac{95}{1325} \times 307 = 22,01$	
2.	SMKN 3 Kota Bandung	Akuntansi dan Keuangan Lembaga	141	$\frac{141}{1325} \times 307 = 32,67$	111

Yekti Sulistyorini, 2022

PERSEPSI KEINGINAN DAN PERSEPSI KELAYAKAN MEMEDIASI PENGARUH PENGETAHUAN KEWIRAUUSAHAAN TERHADAP INTENSI BERWIRAUUSAHA (Survey pada Siswa SMKN Se-Kota Bandung)

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

	Bisnis Daring dan Pemasaran	65	$\frac{65}{1325} \times 307 = 15,06$	
	Retail	101	$\frac{101}{1325} \times 307 = 23,40$	
	Otomatisasi dan Tata Kelola Perkantoran	142	$\frac{142}{1325} \times 307 = 32,44$	
	Manajemen Logistik	33	$\frac{33}{1325} \times 307 = 7,66$	
3.	SMKN 11 Kota Bandung			
	Akuntansi dan Keuangan Lembaga	101	$\frac{101}{1325} \times 307 = 23,40$	
	Bisnis Daring dan Pemasaran	97	$\frac{97}{1325} \times 307 = 22,47$	
	Otomatisasi dan Tata Kelola Perkantoran	135	$\frac{135}{1325} \times 370 = 31,28$	85
	Manajemen Logistik	32	$\frac{32}{1325} \times 30 = 7,41$	
	Jumlah	1.325		307

Sumber: data diolah

Berdasarkan Tabel 3.4 maka jumlah sampel siswa dalam penelitian ini adalah sebanyak 307 siswa.

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu proses pengadaan data untuk kepentingan penelitian. Data yang telah terkumpul digunakan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah sebagai berikut:

1. Kuesioner atau angket

Kuesioner atau angket merupakan teknik pengumpulan data primer yang dilakukan dengan cara menyebarkan seperangkat daftar pertanyaan tertulis kepada Siswa SMK Negeri Se-Kota Bandung. Kuesioner yang disebarkan mengemukakan beberapa pertanyaan yang mencerminkan indikator pada

Yekti Sulistyorini, 2022

PERSEPSI KEINGINAN DAN PERSEPSI KELAYAKAN MEMEDIASI PENGARUH PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN TERHADAP INTENSI BERWIRAUSAHA (Survey pada Siswa SMKN Se-Kota Bandung)

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

variabel intensi berwirausaha, pengetahuan kewirausahaan, persepsi keinginan dan persepsi kelayakan. Responden akan memilih alternatif jawaban yang telah disediakan pada masing-masing alternatif jawaban yang tepat.

2. Studi Literatur

Studi literatur merupakan pengumpulan informasi yang berhubungan dengan teori yang ada kaitannya dengan masalah dan variabel yang diteliti, terdiri dari studi literature mengenai intensi berwirausaha, pengetahuan kewirausahaan, persepsi keinginan dan persepsi kelayakan. Studi literatur tersebut didapat dari berbagai sumber, yaitu: 1) Perpustakaan Universitas Pendidikan Indonesia (UPI), 2) Tesis, 3) Jurnal Internasional atau Nasional, 5) Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 6) Media Elektronik (Internet).

3.2.6 Instrumen Penelitian

Instrumen atau alat pengumpul data dalam suatu penelitian akan menentukan data yang dikumpulkan dan menentukan kualitas dari penelitian tersebut. Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menyebarkan kuisisioner atau angket mengenai pengaruh pengetahuan kewirausahaan, persepsi keinginan dan persepsi kelayakan terhadap intensi berwirausaha pada siswa. Skala yang digunakan adalah skala numerikal (*numerical scale*). Skala ini mirip dengan skala diferensial semantik yaitu skala perbedaan semantik berisikan serangkaian karakteristik bipolar (dua kutub) seperti panas-dingin; populer-tidak populer; baik-tidak baik; dan sebagainya (Kuncoro, 2009, hlm. 159). Karakteristik bipolar tersebut mempunyai tiga dimensi dasar sikap seseorang terhadap objek yaitu: 1) Potensi mengenai kekuatan atau atraksi fisik suatu objek, 2) evaluasi mengenai hal-hal yang menguntungkan atau tidak menguntungkan suatu objek, dan 3) aktivitas mengenai tingkatan gerakan suatu objek. Adapun contoh skala numerikal yaitu sebagai berikut:

Seberapa puas anda dengan agen *real estate* yang baru?

Sangat Setuju	5	4	3	2	1	Sangat tidak setuju
----------------------	----------	----------	----------	----------	----------	----------------------------

Yekti Sulistyorini, 2022

PERSEPSI KEINGINAN DAN PERSEPSI KELAYAKAN MEMEDIASI PENGARUH PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN TERHADAP INTENSI BERWIRAUSAHA (Survey pada Siswa SMKN Se-Kota Bandung)

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

Berdasarkan contoh tersebut, responden memberikan tanda (X) pada nilai yang sesuai dengan persepsinya. Para peneliti sosial dapat menggunakan skala ini misalnya memberikan penilaian kepribadian seseorang, menilai sifat hubungan interpersonal dalam organisasi, serta menilai persepsi seseorang terhadap objek sosial atau pribadi yang menarik. Selain itu skala perbedaan semantik, responden diminta untuk menjawab atau memberikan penilaian terhadap suatu konsep tertentu misalnya kinerja, peran pimpinan, prosedur kerja, aktivitas dan lain-lain.

Skala ini menunjukkan suatu keadaan yang saling bertentangan misalnya ketat-longgar, sering dilakukan-tidak pernah dilakukan, lemah-kuat, positif-negatif, buruk-baik, besar-kecil, dan sebagainya. Skala numerikal memiliki perbedaan dengan skala diferensial semantik dalam nomor pada skala 5 titik atau 7 titik yang disediakan, dengan kata sifat berkutub pada dua ujung keduanya (Sekaran, 2006, hlm. 240). Skala ini merupakan skala interval.

3.2.7 Pengujian Instrumen Penelitian

3.2.7.1 Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihaan sesuatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas tinggi, sebaliknya, instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. (Arikunto, S. 2013, hlm.211). Perhitungan validitas dilakukan untuk validitas item soal. Untuk mengukur tingkat validitas item soal, digunakan rumus korelasi *product moment*:

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

Keterangan :

$\square\square\square$ = Angka korelasi *product moment*

N = *Number of Cases* (Jumlah responden)

$\sum \square\square$ = Jumlah hasil perkalian antara skor X dan Y

$\sum \square$ = Jumlah skor X

Yekti Sulistyorini, 2022

PERSEPSI KEINGINAN DAN PERSEPSI KELAYAKAN MEMEDIASI PENGARUH PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN TERHADAP INTENSI BERWIRAUSAHA (Survey pada Siswa SMKN Se-Kota Bandung)

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

$\sum Y$ = Jumlah skor Y

Koefisien korelasi selalu terdapat antara -1,00 sampai +1,00. Namun karena dalam menghitung sering dilakukan pembulatan angka-angka, sangat mungkin diperoleh koefisien lebih dari 1,00. Koefisien negatif menunjukkan hubungan kebalikan sedangkan koefisien positif menunjukkan adanya kesejajaran. Untuk mengadakan interpretasi mengenai besarnya koefisien korelasi adalah pada Tabel 3.5.

Tabel 3.5
Koefisien Korelasi

No	Jumlah skor	Kriteria
1	Antara 0,800 sampai dengan 1,00	Sangat tinggi
2	Antara 0,600 sampai dengan 0,799	Tinggi
3	Antara 0,400 sampai dengan 0,599	Sedang
4	Antara 0,200 sampai dengan 0,399	Rendah
5	Antara 0,00 sampai dengan 0,199	Sangat rendah

Sumber: Arikunto, S. 2013

Hasil r hitung yang diperoleh, harus dikonfirmasi dengan harga distribusi r dengan taraf signifikansi (α) = 0,05 yang artinya peluang membuat kesalahan sebesar 5% setiap item akan terlihat tingkat kesalahannya. Apabila harga r hitung > r Tabel maka korelasi tersebut dinilai valid (signifikan) dan sebaliknya (Arikunto, 2013, hlm.105).

Jumlah item variabel intensi berwirausaha dalam kuesioner uji coba sebanyak 10 item, variabel pengetahuan kewirausahaan sebanyak 12 item, variabel persepsi keinginan sebanyak 11 item dan variabel persepsi kelayakan sebanyak 11 item. Seluruh item diestimasi dengan nilai t -hitungnya dengan menggunakan software SPSS 25. Hasil Pengujian Validitas Instrumen penelitian pada Siswa SMK Negeri Se-Kota Bandung dapat dilihat pada Tabel 3.6.

Tabel 3.6
Hasil Pengujian Validitas Instrumen Penelitian

Variabel	Item	r-hitung	r-Tabel	Keterangan
Intensi Berwirausaha	1	0.651	0.0941	VALID
	2	0.646	0.0941	VALID
	3	0.658	0.0941	VALID
	4	0.749	0.0941	VALID
	5	0.831	0.0941	VALID
	6	0.817	0.0941	VALID
	7	0.880	0.0941	VALID
	8	0.686	0.0941	VALID
	9	0.838	0.0941	VALID
Pengetahuan Kewirausahaan	10	0.741	0.0941	VALID
	11	0.698	0.0941	VALID
	12	0.398	0.0941	VALID
	13	0.570	0.0941	VALID
	14	0.474	0.0941	VALID
	15	0.713	0.0941	VALID
	16	0.569	0.0941	VALID
	17	0.501	0.0941	VALID
	18	0.384	0.0941	VALID
	19	0.589	0.0941	VALID
	20	0.562	0.0941	VALID
Persepsi Keinginan	21	0.286	0.0941	VALID
	22	0.587	0.0941	VALID
	23	0.419	0.0941	VALID
	24	0.186	0.0941	VALID
	25	0.660	0.0941	VALID
	26	0.681	0.0941	VALID
	27	0.514	0.0941	VALID
	28	0.716	0.0941	VALID
	29	0.149	0.0941	VALID
	30	0.697	0.0941	VALID
	31	0.458	0.0941	VALID
Persepsi Kelayakan	32	0.652	0.0941	VALID
	33	0.660	0.0941	VALID
	34	0.746	0.0941	VALID
	35	0.779	0.0941	VALID
	36	0.691	0.0941	VALID
	37	0.447	0.0941	VALID
	38	0.763	0.0941	VALID
	39	0.745	0.0941	VALID

Yekti Sulistyorini, 2022

PERSEPSI KEINGINAN DAN PERSEPSI KELAYAKAN MEMEDIASI PENGARUH PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN TERHADAP INTENSI BERWIRAUSAHA (Survey pada Siswa SMKN Se-Kota Bandung)

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

40	0.770	0.0941	VALID
41	0.748	0.0941	VALID
42	0.664	0.0941	VALID

Sumber: Output SPSS

Berdasarkan Tabel 3.7 dapat disimpulkan bahwa 44 item pernyataan menunjukkan valid karena nilai nilai $r\text{-Tabel} > t\text{-hitung}$.

3.2.7.2 Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas ini dilakukan untuk melihat apakah item soal dapat dipercaya atau tidak. Disamping itu, pengujian ini digunakan untuk melihat apakah item soal dapat diuji kapanpun dan dimanapun. Pengujian reabilitas ini menggunakan rumus alpha dari Cronbach yaitu:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] + \left[1 - \frac{\sum \sigma_{\frac{2}{n}}}{\sigma_{\frac{2}{t}}} \right]$$

Keterangan:

r_{11} = Reliabilitas Instrumen

k = Banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum \sigma_{\frac{2}{n}}$ = Jumlah varians butir

$\sigma_{\frac{2}{t}}$ = Varians Total

$$t_{hit} = \frac{r_{xy}\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} /$$

Dengan kriteria:

Jika $t_{hitung} > t_{Tabel}$ maka instrumen penelitian reliabel dan signifikan, tetapi ketika $t_{hitung} < t_{Tabel}$ maka instrumen penelitian tidak reliabel.

Perhitungan reliabilitas ditentukan menggunakan *Cronbach-Alpha*. Data diolah dengan menggunakan SPSS 25 dan diperoleh nilai r . Nilai r dikatakan reliabilitas jika $r_{hitung} > r_{Tabel}$. Interpretasi dari nilai reliabilitas tersebut dilihat pada Tabel 3.7.

Yekti Sulistyorini, 2022

PERSEPSI KEINGINAN DAN PERSEPSI KELAYAKAN MEMEDIASI PENGARUH PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN TERHADAP INTENSI BERWIRAUSAHA (Survey pada Siswa SMKN Se-Kota Bandung)

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

Tabel 3.7
Interpretasi Nilai Reliabilitas

No	Jumlah skor	Kriteria
1	$0,90 < r \leq 1,00$	Sangat tinggi
2	$0,70 < r \leq 0,90$	Tinggi
3	$0,40 < r \leq 0,70$	Cukup
4	$0,20 < r \leq 0,40$	Rendah
5	$r \leq 0,20$	Sangat rendah

Sumber: Arikunto, 2013

Hasil Pengujian data reliabilitas instrumen dapat menggunakan bantuan program menggunakan *Software SPSS 25* dan akan diperoleh hasil komputasi yang sama yaitu dilihat dari nilai *Cronbach-Alpha* pada Tabel *reliability statistic*. Hasil uji reliabilitas pada masing-masing variabel dapat dilihat pada Tabel 3.8.

Tabel 3.8
Hasil Pengujian Reliabilitas Instrumen Penelitian

Variabel	Koefisien Cronbach- Alpha	Keterangan
Intensi Berwirausaha	0.903	Reliabilitas Sangat Tinggi
Pengetahuan Kewirausahaan	0.790	Reliabilitas Tinggi
Persepsi Keinginan	0.686	Reliabilitas Cukup
Persepsi Kelayakan	0.895	Reliabilitas Tinggi

Sumber: Lampiran III

Hasil reliabilitas data menunjukkan seluruh variabel dalam pra penelitian ini memiliki nilai reliabel yang tinggi sehingga instrumen dinyatakan konsisten dan akurat dapat dipergunakan untuk penelitian selanjutnya.

3.2.8 Uji Asmumsi Klasik

Syarat uji prasyarat asumsi klasik yang harus dipenuhi model regresi berganda sebelum data tersebut dianalisis adalah sebagai berikut:

Yekti Sulistyorini, 2022

PERSEPSI KEINGINAN DAN PERSEPSI KELAYAKAN MEMEDIASI PENGARUH PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN TERHADAP INTENSI BERWIRAUSAHA (Survey pada Siswa SMKN Se-Kota Bandung)

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

3.2.8.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah penyebaran kedua populasi berdistribusi secara normal atau tidak. Untuk mengetahuinya peneliti menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* dengan bantuan software *IBM SPSS Statistics 25*. Uji normalitas menggunakan *SPSS* tersebut menghasilkan tiga jenis keluaran untuk keperluan penelitian cukup perhatikan Tabel *Test of Normality*. Untuk menetapkan data yang telah dianalisis normal atau tidak, maka ditetapkan kriteria sebagai berikut:

1. Tentukan taraf signifikansi uji ($\alpha = 0.05$).
2. Bandingkan nilai p (*p value*) dengan taraf signifikansi yang diperoleh.
3. Jika signifikansi (Sig) yang diperoleh $> \alpha$, maka sampel berasal dari populasi yang berdistribusi normal.
4. Jika signifikansi (Sig) yang diperoleh $< \alpha$, maka sampel bukan berasal dari populasi yang berdistribusi normal.

3.2.8.2 Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas merupakan adanya hubungan linier yang pasti diantara beberapa atau semua variabel yang menjelaskan dari model regresi. Uji multikolinieritas dalam penelitian ini menggunakan bantuan software *IBM SPSS Statistics 25*. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas dapat dilakukan dengan menilai nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)* dengan membandingkan sebagai berikut: 1. $VIF < 5$ maka tidak terdapat multikolinieritas. 2. *Tolerance* $> 0,1$ maka tidak terdapat multikolinieritas.

3.2.8.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terdapat ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan bantuan software *IBM SPSS Statistics 25*. Jika probabilitas signifikan di atas tingkat kepercayaan 5% (0,05) dapat disimpulkan model regresi tidak mengarah adanya heteroskedastisitas (Situmorang, 2008, hlm. 73).

3.2.9 Teknik Analisis Data

3.2.9.1 Statistika Deskriptif

Statistika deskriptif yaitu suatu analisis yang paling mendasar untuk menggambarkan data secara umum. Analisis data yang dilakukan meliputi menentukan kriteria kategorisasi, menghitung nilai statistik deskriptif dan mendeskripsikan variabel (Kusnendi, 2017, hlm. 98).

Adapun kriteria kategorisasi dapat dihitung melalui pendekatan distribusi normal dengan rumus yang dipaparkan pada Tabel 3.9.

Tabel 3.9

Kriteria Kategori Distribusi Normal

Rentang Skor	Kategori
$X > (\mu + 1,5\sigma)$	Sangat Tinggi
$(\mu + 0,5\sigma) < X \leq (\mu + 1,5\sigma)$	Tinggi
$(\mu - 0,5\sigma) < X \leq (\mu + 0,5\sigma)$	Sedang
$(\mu - 1,5\sigma) < X \leq (\mu - 0,5\sigma)$	Rendah
$X > (\mu - 1,5\sigma)$	Sangat Rendah

Sumber: Azwar, 2010

Dimana:

X = Skor empiris

μ = Rata-rata teoretis (skor minimal + skor maksimal)/2

σ = Simpanan baku teoretis = (skor maksimal – skor minimal)/6

Cara untuk menentukan tingkat variabel menurut indikatornya, dapat dihitung dengan langkah-langkah yang terdiri:

- 1) Menghitung nilai rata-rata skor item
- 2) Menghitung nilai rata-rata relatif skor item = (skor rata-rata item)/ skor maksimal nilai skala) x 100.

Atau dengan menggunakan nilai indeks (Kusnendi 2018), yaitu:

$$NI = \frac{\sum (NS)}{NMS}$$

Dimana:

NI : Nilai Indeks

F : Frekuensi Relatif jawaban responden untuk setiap nilai skala

NS : Nilai Skala

Yekti Sulistyorini, 2022

PERSEPSI KEINGINAN DAN PERSEPSI KELAYAKAN MEMEDIASI PENGARUH PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN TERHADAP INTENSI BERWIRAUSAHA (Survey pada Siswa SMKN Se-Kota Bandung)

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

NMS : Nilai Maksimal Skala

Berdasarkan acuan distribusi normal, maka interpretasi skor terhadap semua indikator dalam penelitian ini di kategorisasikan kedalam 5 level yaitu sangat tinggi, tinggi, cukup tinggi, rendah dan sangat rendah. Penentuan range interval dilakukan sebelum dilakukan perhitungan skor, dengan rumus:

$$Range = \frac{\text{Nilai tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kelas}} \quad (\text{Sugiyono, 2013})$$

Sesuai dengan skor alternatif jawaban responden pada kuesioner penelitian yang terentang dari 1 sampai 5, banyak interval kelas ditentukan sebagai berikut:

$$Range = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, maka penafsiran skor rata-rata jawaban responden tersaji pada Tabel 3.10 berikut ini:

Tabel 3.10
Kategori Skor Tanggapan Responden

Interval	Interpretasi
4,20 - 5,00	Sangat Tinggi
3,40 - 4,19	Tinggi
2,60 - 3,39	Sedang
1,80 - 2,59	Rendah
1,00 - 1,79	Sangat Rendah

Sumber: Arikunto, 2013

Tabel 3.10 dapat digunakan sebagai acuan untuk hasil statistik deskriptif terhadap rata-rata dari masing-masing indikator yang di uji dalam penelitian.

3.2.9.2 Uji *Parallel Multiple Mediators* (Analisis PMM)

Analisis *Parallel Multiple Mediator* (PMM) merupakan teknik analisis yang digunakan untuk mengasumsikan rantal kasual yang menghubungkan variabel mediasi dengan aliran kasual yang ditentukan (Hayes, 2013, hlm 144).

Analisis PMM dengan dua mediator digunakan untuk menguji apakah ada

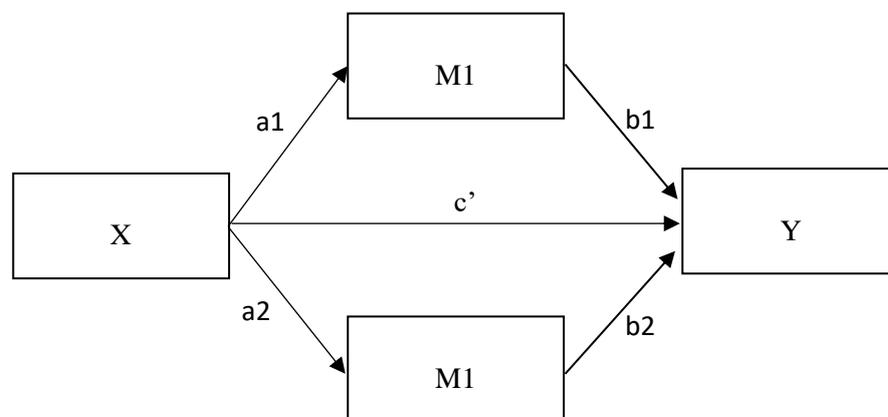
Yekti Sulistyorini, 2022

PERSEPSI KEINGINAN DAN PERSEPSI KELAYAKAN MEMEDIASI PENGARUH PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN TERHADAP INTENSI BERWIRAUSAHA (Survey pada Siswa SMKN Se-Kota Bandung)

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

efek mediasi M1 (Persepsi Keinginan) dan M2 (Persepsi Kelayakan) pada pengaruh X (Pengetahuan Kewirausahaan) terhadap Y (Intensi Berwirausaha). Analisis ini tidak hanya melihat pengaruh langsung, namun juga tidak langsung yang timbul karena adanya variabel mediasi yakni Persepsi Keinginan dan Persepsi Kelayakan.

Langkah kerja yang ditempuh untuk SMM analisis dengan menggunakan *Macro PROCESS SPSS version*, meliputi: 1) Buka Software SPSS yang sudah terintegrasi dengan *Macro PROCESS*, 2) buka file data, 3) klik *analyze*, 4) klik *regression*, 5) klik *PROCESS*. Selanjutnya masuk variabel Y ke dalam *Outcome variabel*, sementara variabel X ke dalam *Independent variable*, serta variabel mediasi ke dalam *M variable*, selanjutnya pilih nomor 4, klik *option*: kemudian pilih *OLS. Effect size, total effect modal*. Langkah terakhir pilih *continue*, klik OK. Secara detail, diagram statistik untuk model penelitian dapat dijelaskan pada Gambar 3.1.



Gambar 3.1.

Analisis Jalur Hubungan Antara Variabel

Keterangan

X : Pengetahuan Kewirausahaan

M₁ : Persepsi Keinginan

M₂ : Persepsi Kelayakan

Y : Intensi Berwirausaha

Yekti Sulistyorini, 2022

PERSEPSI KEINGINAN DAN PERSEPSI KELAYAKAN MEMEDIASI PENGARUH PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN TERHADAP INTENSI BERWIRAUSAHA (Survey pada Siswa SMKN Se-Kota Bandung)

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

Berdasarkan gambar 3.1 di atas, terdapat tiga persamaan yang akan diuji.

Secara rinci, persamaan yang akan diuji adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned}M_1 &= iM_1 + a_1X + eM_1 \\M_2 &= iM_2 + a_2X + d_{21} + eM_2 \\Y &= iy + c'X + b_1M_1 + b_2M_2 + ey\end{aligned}$$