

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan pembelajaran dan teknologi *online* dalam kewirausahaan khususnya mengenai analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha. Objek penelitian variabel *independent* yaitu literasi digital (X) yang terdiri dari *functional skill and beyond* (X₁), *creativity* (X₂), *collaboration* (X₃), *communication* (X₄), *the ability to find and select information* (X₅), *critical thinking and evaluation* (X₆), *cultural and social understanding* (X₇) dan *e-safety* (X₈). Kemudian untuk variabel *dependent* dalam penelitian ini minat berwirausaha berbasis *online* (Y) (Suryana, 2015). Sedangkan menurut (Mcdaniel, 2013) mendefinisikan variabel bebas sebagai simbol dimana peneliti memiliki beberapa kontrol yang dihipotesiskan yang artinya menyebabkan atau mempengaruhi variabel terikat. Sedangkan variable terikat (*dependent variable*) menurut (Sekaran, 2003 : 69) bahwa untuk memahami juga menggambarkan variabel *dependen* atau untuk menjelaskan variabilitasnya bahkan memprediksinya. Variabel terikat (*dependent variable*) dalam penelitian ini adalah minat berwirausaha berbasis *online* (Y).

Lokasi penelitian ini dilaksanakan di SMKN Kota Bandung yang memiliki konsentrasi bisnis daring & pemasaran. Objek penelitian adalah tanggapan responden mengenai pengaruh literasi digital terhadap minat berwirausaha. Dan yang menjadi subjek dalam penelitian adalah peserta didik kelas XI bisnis daring & pemasaran di SMKN kota Bandung sebagai responden, penelitian dengan menggunakan metode *cross sectional method*. *Cross sectional* yaitu penelitian dengan cara mempelajari objek dalam kurung waktu tertentu (tidak berkesinambungan dalam jangka waktu panjang) dalam penelitian yang menggunakan metode ini, informasi dari sebagian populasi dikumpulkan langsung kejadian secara empirik dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti di lapangan (Umar, 2008).

3.2 Metode penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan

Berdasarkan pertimbangan tujuan penelitian, maka jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dan verifikatif. Berdasarkan penjelasan dan bidang penelitian, sehingga jenis penelitian ini yaitu deskriptif dan verifikatif. Penelitian deskriptif merupakan penelitian konklusif yang tujuan utamanya deskripsi (Prof. Dr. Sugiyono, 2015). Penelitian deskriptif mencoba menggambarkan atau memahami karakteristik atau profil dari suatu variabel penelitian. Studi deskriptif yang menampilkan data dalam bentuk yang bermakna, dengan demikian membantu untuk (1) memahami karakteristik sebuah kelompok dalam situasi tertentu, (2) memikirkan secara sistematis mengenai berbagai aspek dalam situasi tertentu, (3) memberikan gagasan untuk penyelidikan dan penelitian lebih lanjut, dan/atau (4) membuat keputusan tertentu yang sederhana (seperti berapa banyak dan jenis orang seperti apa yang sebaiknya ditransfer dari satu departemen ke lainnya) (Uma Sekaran, 2010).

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independent) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain Travers Travers dalam (Umar, 2008). Dan penelitian verifikatif diartikan sebagai penelitian yang dilakukan terhadap populasi atau sampel tertentu dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya (Wahyudin, 2015). Penelitian verifikatif adalah penelitian yang menjelaskan hubungan sebab akibat antar variabel penelitian bertujuan menemukan penyebab dari satu atau lebih masalah (Uma Sekaran, 2010). Jenis penelitian verifikatif bertujuan menguji kebenaran dari hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan informasi lapangan sehingga dapat diprediksi dan dijelaskan hubungan antar variabel. untuk mengetahui pengaruh literasi digital terhadap minat berwirausaha berbasis *online*.

(Maholtra, 2010) Penelitian verifikatif bertujuan menguji kebenaran kausal, antara variabel *dependent* dan *independent*, lalu penelitian verifikatif bertujuan menguji kebenaran suatu hipotesis melalui pengumpulan informasi menggunakan perhitungan *statistic* (Nasahudin, 2012; Wahyudin, 2015)

Metode penelitian dalam penelitian ini dilakukan untuk mengeksplorasi situasi masalah guna mendapatkan wawasan terhadap masalah para peneliti, hal ini disebut *Explanatory Survey*. Penjelasan peneliti dalam bentuk wawancara yang berfokus memberikan wawasan yang berharga. Data yang diperoleh dari sebagian responden (sampel) terhadap objek penelitian untuk dijadikan informasi dalam penelitian yang dikumpulkan secara empiris, tujuan dari metode survey ini adalah untuk mengeksplorasi atau meneliti melalui masalah atau situasi untuk mendapatkan wawasan dan pemahaman (Nasahudin, 2012).

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Variabel diklasifikasikan dan diidentifikasi, lalu di operasionalkan, operasional adalah definisi khusus beralaskan sifat-sifat yang didefinisikan, dapat diamati juga dilaksanakan oleh peneliti lain. penulis mengemukakan variabel bebas dan terikat, sebagai berikut:

Penjelasan dari masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian terhadap indikator-indikator yang membentuknya disebut Operasional variable (Nugrahanto, 2016). Variabel yang dipilih yaitu literasi digital sebagai variabel bebas (X) dengan sub variabel *functional skill and beyond (X1)*, *creativity(X2)*, *collaboration (X3)*, *communication (X4)*, *the ability to find and select information (X5)*, *critical thinking and evaluation (X6)*, *cultural and social understanding (X7)*, *e-safety (X8)* serta minat wirausaha berbasis *online* sebagai variabel terikat (Y), selebihnya disajikan pada Tabel 3.1 di halaman berikutnya :

TABEL 3. 1
OPERASIONALISASI VARIABEL

Variabel/sub variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No Item	
1	2	3	4	5	6	
Literasi Digital (X)	Literasi digital keterampilan, pengetahuan, dan pemahaman yang memungkinkan praktik kritis, kreatif, cerdas, dan aman saat terlibat dengan teknologi digital di semua bidang kehidupan (Nasionalita & Nugroho, 2020)					
<i>Functional Skill and Beyond (X1)</i>	Dimensi yang memiliki kaitan dengan kemampuan, ICT-Skills yang berkaitan juga terhadap keterjangkauan alat teknologi, menghasilkan data, pemanfaatan teknologi, dan kesadaran tentang copyright serta dapat menghasilkan satu produk akhir dengan menggunakan teknologi	<i>Kemampuan ICT Skills</i>	Tingkat kemampuan dalam bidang TIK untuk mengoperasikan komputer	Ordinal	1	
			Tingkat kemampuan TIK dalam bidang internet		2	
<i>Creativity (X2)</i>	Dimensi kedua yang berhubungan dengan bagaimana cara berpikir, mengembangkan dan membagikan pengetahuan dengan beragam ide yang memanfaatkan teknologi digital.	<i>Kreasi produk atau keluaran dalam berbagai format dan model dengan memanfaatkan teknologi digital</i>	Tingkat kemampuan mengkreasi produk dalam berbagai format dan model dengan memanfaatkan teknologi digital	Ordinal	3	
			<i>Kemampuan berpikir kreatif dan imajinatif meliputi perencanaan, merajut konten, mengeksplorasi ide-ide dan mengontrol proses kreatifitas</i>		Tingkat kemampuan berpikir kreatif	4
					Tingkat kemampuan kemampuan berpikir imajinatif	5
<i>Collaboration (X3)</i>	Dimensi yang menekankan individu untuk melakukan proses dialog, berdiskusi, dan membangun gagasan dengan cara berkerjasama sehingga terjadinya kolaborasi untuk menciptakan suatu pemahaman	<i>Kemampuan berpartisipasi dalam ruang digital</i>	Tingkat kemampuan dalam berpartisipasi dalam ruang digital	Ordinal	6	
			<i>Mampu menjelaskan dan menegosiasikan gagasan-gagasan dengan orang lain di grup</i>		Tingkat kemampuan menjelaskan gagasan-gagasan dengan orang lain dalam grup di ruang digital	7
					Saya mampu menegosiasikan gagasan-gagasan dengan orang	8

			lain dalam grup di ruang digital		
Communication (X4)	Individu yang sudah terliterasi digital berarti memiliki komunikasi yang efektif karena mampu memberi gagasan, pemahaman dan pemikiran		<i>Mampu berkomunikasi melalui media teknologi digital</i>	Ordinal	9
			<i>Kemampuan memahami dan mengerti audiens (sehingga ketika membuat konten mereka memperkirakan kebutuhan audiens dan dampaknya)</i>		10
					11
The ability to find and select information (X5)	Kemampuan ini menitik beratkan pada kemampuan individu dalam menemukan dan menyeleksi suatu informasi		<i>Kemampuan mencari dan menyeleksi informasi</i>	Ordinal	12
					13
Critical thinking and evaluation (X6)	Pada dimensi ini memfokuskan kepada individu untuk menganalisis dan menajamkan kemampnan berpikir kritis saat dihadapkan dengan suatu informasi sehingga tidak langsung memaknai informasi yang didapat secara pasif		<i>Mampu berkontribusi, menganalisis dan menajamkan berpikir kritis saat berhadapan dengan informasi</i>	Ordinal	14
					15
					16
Cultural and Social Understanding (X7)	Pada implementasi literasi digital sebaiknya dibarengi dengan pemahaman sosial dan budaya		<i>Sejalan dengan konteks pemahaman social dan budaya</i>	Ordinal	17
E-Safety (X8)	Dimensi yang berfokus pada pilihan yang mampu menjamin keamanan ketika pengguna. Melakukan pencarian, kreasi, dan		<i>Menjamin keamanan saat pengguna bereksplorasi, berkreasi, berkolaborasi dengan teknologi digital</i>	Ordinal	18

	berkolaborasi dengan teknologi digital		perusahaan kecil dan yang ingin meningkatkan keterampilan kewirausahaan, dan orang lain yang tertarik pada kewirausahaan		
			Tingkat jaminan keamanan saat berkreasi dengan teknologi digital		19
			Tingkat jaminan keamanan saat berkolaborasi dengan teknologi digital		20
Variabel/dimensi	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
1	2	3	4	5	6
Minat Berwirausaha berbasis Online(Y)	Minat Kewirausahaan berbasis online menurut William D. Bygrave adalah calon pengusaha yang memulai dan mengembangkan bisnis mereka, mencakup semua tahapan proses kewirausahaan, mulai dari mencari peluang untuk membentuknya menjadi produk atau layanan dengan terintegrasinya teknologi informasi. (Bygrave, 2011)				
Faktor Personal	Aspek Kepribadian	<i>Adanya ketidakpuasan terhadap pekerjaan seseorang</i>	Tingkat keinginan memberi kritik dan saran kepada karyawan	Ordinal	21
		<i>Adanya pemutusan hubungan kerja, tidak ada pekerjaan lain</i>	Tingkat keberanian dalam memutuskan hubungan kerja dengan karyawan	Ordinal	22
			Tingkat kemampuan meluangkan waktu sepenuhnya untuk usaha online		23
		<i>Dorongan karena faktor usia</i>	Menganggap usia sebagai batasan dalam memulai usaha online	Ordinal	24
		<i>Keberanian menanggung resiko.</i>	Tingkat keberanian menanggung resiko dalam memulai usaha online	Ordinal	25
		<i>Komitmen atau minat tinggi pada bisnis.</i>	Tingkat rasa komitmen dalam merancang usaha online	Ordinal	26

			Tingkat keinginan pada bisnis <i>online</i>		27
Faktor Environment	Hubungan dengan Lingkungan Fisik	<i>Adanya persaingan dalam dunia kehidupan.</i>	Tingkat keberanian bersaing dalam usaha <i>online</i>	Ordinal	28
		<i>Adanya sumber-sumber yang bisa dimanfaatkan seperti modal, tabungan, warisan, bangunan, dan lokasi strategis.</i>	Tingkat keinginan mencari modal untuk melangsungkan usaha <i>online</i>	Ordinal	29
			Tingkat keinginan menabung untuk melangsungkan usaha <i>online</i>	Ordinal	30
			Tingkat harapan memanfaatkan warisan yang dimiliki untuk melangsungkan usaha <i>online</i>	Ordinal	31
			Tingkat keinginan memiliki bangunan untuk melangsungkan usaha <i>online</i>	Ordinal	32
			Tingkat keinginan mencari lokasi strategis untuk melangsungkan usaha <i>online</i>	Ordinal	33
			<i>Mengikuti latihan kursus bisnis atau incubator bisnis.</i>	Tingkat keinginan mengikuti pelatihan bisnis	Ordinal
		<i>Kebijakan pemerintah, adanya kemudahan lokasi berusaha, fasilitas kredit dan bimbingan usaha.</i>	Tingkat keinginan mengurus kebijakan mendirikan kantor usaha	Ordinal	35
			Tingkat harapan menyediakan fasilitas transaksi (kredit)	Ordinal	36

			Tingkat keinginan menerima bimbingan usaha	Ordinal	37
Faktor Sociological	Hubungan dengan Keluarga dan Sebagainya	<i>Adanya hubungan-hubungan atau relasi bagi orang lain.</i>	Tingkat keinginan berbagi informasi dengan orang lain tentang usaha <i>online</i>	Ordinal	38
			Tingkat harapan membangun hubungan dengan orang lain tentang usaha <i>online</i>	Ordinal	39
			Tingkat keinginan memperluas jaringan komunikasi usaha <i>online</i>	Orodinal	40
		<i>Adanya tim yang dapat diajak kerja sama dalam berusaha.</i>	Tingkat harapan membentuk tim untuk kerja sama dalam usaha <i>online</i>	Ordinal	41
		<i>Adanya dorongan dari orangtua untuk membuka usaha.</i>	Tingkat harapan dorongan dari kedua orang tua untuk membuka usaha	Ordinal	42
		<i>Adanya bantuan keluarga dalam berbagai kemudahan.</i>	Tingkat keinginan dibantu oleh pihak keluarga dalam memecahkan suatu masalah	Ordinal	43
			Tingkat keinginan menceritakan masalah usaha kepada keluarga	Ordinal	44
		<i>Adanya pengalaman bisnis sebelumnya.</i>	Tingkat harapan memiliki banyak pengalaman sebelum terjun ke lapangan usaha <i>online</i>	Ordinal	45

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data dapat dikelompokkan kedalam 2 golongan yaitu:

1. Data Primer

Data primer adalah data baru yang dikumpulkan untuk membantu memecahkan masalah dalam penyelidikan/penelitian menurut. Data-data yang dikumpulkan langsung untuk analisis ini selanjutnya dicarikan solusi terhadap masalah yang diteliti. Data yang diambil yaitu data berupa tanggapan dari peserta didik mengenai pengaruh faktor *personal*, faktor *environment*, faktor *sociological*, serta minat berwirausaha berbasis *online*.

2. Data Sekunder

Symbol atau konsep yang bisa mengasumsikan salah satu dari seperangkat nilai ini disebut data sekunder yang telah dikumpulkan berupa variabel (Mcdaniel, 2013) Pendapat lain (Uma Sekaran, 2010) data sekunder merupakan data yang sudah ada dan tidak dikumpulkan oleh peneliti secara langsung. Untuk lebih jelasnya mengenai data dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, maka peneliti mengumpulkan dan menyajikannya dalam bentuk Tabel 3.2 berikut :

TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA

NO	DATA	SUMBER DATA	JENIS DATA
1	Statistik Pengguna Internet di Dunia 2022	<i>We Are Social-Hootsuite</i>	Sekunder
2	Statistik Pengguna Digital dan Internet Indonesia 2022	<i>We Are Social-Hootsuite</i>	Sekunder
3	Diagram Pekerjaan 2018-2022	<i>World Economic Forum</i>	Sekunder
4	Waktu Penggunaan Internet Usia 16-24 Tahun	Databoks- <i>We Are Socia</i>	Sekunder
5	Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) Menurut Pendidikan pada Pendidikan Februari 2020–Februari 2022	Keadaan Ketenagakerjaan Indonesia (Badan Pusat Statistik) 2022	Sekunder
4	Persentase Siswa Lulusan Konsentrasi Bisnis Daring dan Pemasaran di SMKN Kota Bandung Tahun 2020-2022	Hubin Sekolah Bagian BK	Primer

5	Tanggapan responden tentang variabel literasi digital (X)	Peserta didik kelas XI BDP di SMKN kota Bandung	Primer
6	Tanggapan responden tentang variabel minat berwirausaha berbasis <i>online</i> (Y)	Peserta didik kelas XI bisnis daring & pemasaran di SMKN kota Bandung	Primer

Sumber : Pengelolaan data

3.2.4 Populasi dan Sampel

3.2.4.1 Populasi

Menurut (U Sekaran, 2003) populasi mengacu pada seluruh kelompok orang, peristiwa, atau hal-hal menarik yang ingin diteliti oleh seorang peneliti. Data populasi digunakan untuk pengambilan keputusan atau digunakan untuk pengujian hipotesis. Dalam pengumpulan data akan selalu dihadapkan dengan objek yang akan diteliti baik itu berupa benda, manusia, dan aktivitasnya atau peristiwa yang terjadi. Populasi yang diteliti dalam penelitian ini adalah peserta didik kelas XI bisnis daring & pemasaran di SMKN kota Bandung. Dijelaskan tabel 3.3 sebagai berikut :

TABEL 3.3
JUMLAH POPULASI

No	Sekolah	Kelas		Jumlah Populasi
1	SMKN 1 Bandung	11 BDP 1	36	144
		11 BDP 2	36	
		11 BDP 3	36	
		11 BDP 4	36	
2	SMKN 3 Bandung	11 BDP 1	35	70
		11 BDP 2	35	
3	SMKN 11 Bandung	11 BDP 1	30	99
		11 BDP 2	34	
		11 BDP 3	35	
Total				313

Sumber : Pengolahan Data 2022

3.2.4.2 Sampel

Sebagian dari populasi yang akan diselidiki, atau didefinisikan sebagai populasi dalam bentuk mini (*miniature population*) disebut Sampel (Arifin, 2014). (Arikunto, 2002) memberikan pendapat sebagai berikut “jika peneliti memiliki beberapa ratus subjek dalam populasi, maka mereka dapat menentukan kurang lebih. Penelitian ini tidak mungkin meneliti semua populasi, karena berbagai faktor, yaitu keterbatasan biaya, keterbatasan tenaga, juga waktu yang tersedia. Upaya mendapatkan sampel yang representatif dari populasi, sehingga setiap subjek dalam populasi diupayakan untuk memperoleh peluang yang sama menjadi sampel menurut Arikunto di dalam (Prof. Dr. Sugiyono, 2015).

Objek populasi diperbolehkan diambil dari sebagian jumlah yang ditentukan, sehingga bagian yang diambil tersebut merupakan perwakilan yang lain yang tidak diteliti (Prof. Dr. Sugiyono, 2015). Upaya memperoleh sampel representatif diperlukan setiap subjek dalam populasi memiliki peluang yang sama dalam menjadi sampel (Maholtra, 2010 : 370).

Rumus slovin dalam pengambilan sampel ini digunakan taraf kesalahan sebesar 10% rumus ini digunakan untuk mengukur sampel. Pengukuran sampel dapat digunakan rumus proporsi Slovin (Mamang & Sopiah, 2010 : 189).

$$\text{Rumus Slovin} \quad n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

Dimana :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = persen kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir (5%).

Dimana dalam penelitian ini populasi adalah para peserta didik kelas XI bisnis daring & pemasaran di SMKN kota Bandung, maka jumlah sampel minimum yang diperoleh adalah :

$$\text{Rumus Slovin} \quad n = \frac{2}{1 + (313 \times 0,05^2)} = \frac{313}{1 + 0,782} = \frac{313}{1,782} = 175,64 \approx 176$$

Jadi ukuran sampel minimal yaitu 176 peserta didik kelas 11 BDP di SMKN kota Bandung. *Proportional sampling* ini merupakan pengambilan sampel dengan mempertimbangkan unsur dalam populasi penelitian (Sugiyono, 2006), dengan rumus :

$$n_1 = \frac{N_1}{N} \cdot n$$

Dimana :

n_1 = jumlah sampel menurut stratum

n = jumlah sampel seluruhnya

N_1 = jumlah populasi menurut stratum

N = jumlah populasi seluruhnya

Cara pengambilan sampel ini tidak semua anggota sampel diberi kesempatan untuk dipilih sebagai anggota sampel sehingga terdapat sampel proporsional dari populasi pada tabel 3.4 berikut :

TABEL 3.4

SAMPEL PROPORSIONAL DARI POPULASI

No	Sekolah	Kelas	Jumlah Populasi	Sampel Proporsional
1	SMKN 1 Bandung	XI BDP 1	36	20
		XI BDP 2	36	20
		XI BDP 3	36	20
		XI BDP 4	36	20
2	SMKN 3 Bandung	XI BDP 1	35	20
		XI BDP 2	35	20
3	SMKN 11 Bandung	XI BDP 1	30	17
		XI BDP 2	34	19
		XI BDP 3	35	20
Total			313	176

Sumber : Pengolahan Data 2022

3.2.4.3 Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, sehingga dapat diperoleh nilai karakteristik perkiraan (*estimate value*). *Simple random sampling* (sampling acak sederhana) merupakan cara pengambilan sampel, dimana setiap elemen dalam populasi memiliki probabilitas seleksi yang diketahui dan setara hal ini teknik sampling yang digunakan dalam penelitian. Setiap elemen dipilih secara independen lalu dari kerangka sampling diambil sampel dengan cara prosedur acak (Uma Sekaran & Roger, 2016 : 249). *Simple random sampling* ini kenapa dipilih karena penulis memiliki populasi berisikan peserta didik kelas 11 BDP di SMKN kota Bandung sebagai kerangka sampling anggota.

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk menjawab rumusan masalah penelitian. Menurut (Boyd-Kimball et al., 2005) bagian yang tidak bisa dipisahkan dari desain penelitian yaitu teknik pengumpulan data. Teknik pengumpulan dalam penelitian ini adalah:

1. Studi dokumentasi, dengan cara mempelajari buku, makalah, jurnal maupun *homepage/website* merupakan upaya pengumpulan data guna memperoleh informasi yang berhubungan dengan teori-teori dan konsep-konsep yang berkaitan dengan masalah penelitian atau variabel yang diteliti yaitu literasi digital
2. Observasi merupakan metode pengumpulan data dengan melakukan pengamatan terhadap objek penelitian yaitu peserta didik kelas XI bisnis daring & pemasaran di SMKN kota Bandung.
3. Kegiatan pengumpulan data dan fakta dengan cara melakukan tanya jawab yang berkaitan dengan penelitian bisa disebut Wawancara. Teknik wawancara dilakukan dengan maksud mendapatkan informasi dengan mengenai implementasi literasi digital kepada peserta didik kelas XI bisnis daring & pemasaran di SMKN kota Bandung.
4. Angket merupakan dengan cara menyebarkan seperangkat daftar pertanyaan atau pernyataan tertulis mengenai karakteristik responden, pengalaman responden setelah berkunjung dan pelaksanaan implementasi literasi digital serta minat berwirausaha upaya pengumpulan data primer. Kuisisioner akan ditujukan kepada peserta didik kelas XI bisnis daring & pemasaran di SMKN kota Bandung secara *online* melalui *google form* yang dikirim secara langsung melalui grup kelas *Whatsapp* responden.

Untuk mengetahui lebih jelas bagaimana teknik pengumpulan data dalam penelitian ini, maka peneliti mengumpulkan dan menyajikan dalam Tabel 3.5 berikut :

TABEL 3.5
TEKNIK PENGUMPULAN DATA

No.	Teknik Pengumpulan Data	Sumber Data
1	Wawancara	Staff Hubin & Guru peserta didik kelas XI bisnis daring & pemasaran di SMKN kota Bandung
2	Observasi	Pelaksanaan implementasi literasi digital pada siswa yang mempelajari mata pelajaran bisnis <i>online</i>
3	Kuisisioner	Peserta didik kelas XI bisnis daring & pemasaran di SMKN kota Bandung
4	Studi literatur	Teori literasi digital dan minat berwirausaha berbasis <i>online</i> .

Sumber : Hasil Pengolahan Data Sekunder, 2022

3.2.6 Pengujian Validitas dan Realibilitas

Data responden melalui kuesioner terkumpul, selanjutnya lalu diolah dan ditafsirkan dengan catatan diuji layak atau tidaknya kuesioner yang disebarkan kepada responden melalui Uji Validitas dan Uji Reliabilitas untuk melihat tingkat kebenaran serta kualitas data sehingga data dapat di analisis data juga dilihat apakah antara variabel literasi digital (X) ada pengaruhnya atau tidak terhadap variabel minat berwirausaha (Y).

3.2.6.1 Pengujian Validitas

(Uma Sekaran & Roger, 2016 : 220) seberapa baik instrumen, teknik, atau proses yang digunakan untuk mengukur konsep memang mengukur konsep yang dimaksud diperlukan tes validitas. Bila kriteria yang ada dalam instrumen secara rasional (teoritis) telah mencerminkan apa yang diukur disebut Validitas internal (*internal validity*). Sedangkan kriteria di dalam instrumen disusun berdasarkan fakta-fakta empiris yang telah ada disebut validitas eksternal (*external validity*). Korelasi *Product Moment* yang dikemukakan oleh Pearson digunakan Rumus yang digunakan untuk menguji validitas sebagai berikut:

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

Sumber : (Prof. Dr. Sugiyono, 2015)

Keterangan:

r = Koefisien validitas yang dicari

X = Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item

Y = Total Skor

$\sum X$ = Jumlah skor distribusi

$\sum XY$ = Jumlah skor distribusi Y

$\sum X^2$ = Jumlah kuadrat skor distribusi

$\sum XY^2$ = Jumlah kuadrat skor distribusi Y

N = Jumlah responden

Taraf signifikansi digunakan dalam Keputusan pengujian validitas responden sebagai berikut:

1. Item pernyataan responden dikatakan valid, jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} ($r_{hitung} > r_{tabel}$)
2. Item pernyataan responden 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 literasi digital sebagai variabel (X) dan minat berwirausaha berbasis *online* sebagai variabel (Y).

3.2.6.2 Hasil Pengujian Validitas

Hasil uji validitas pada variabel literasi digital (X) dan variabel minat wirausaha berbasis *online* (Y) berdasarkan jawaban responden atas pernyataan pada item instrumen yang ditanyakan. Uji validitas menggunakan *SPSS (Statistical Product for Service Solution) 25.0 for Windows* dan uji statistik t dengan bantuan *Microsoft Excel 2013 for Windows 10*. Jumlah pertanyaan yang diajukan variabel X sebanyak 20 item dan variabel Y sebanyak 25 item. Kuisioner yang diuji pada 176 responden tingkat signifikansi 5% dan derajat bebas ($df = n - 2$) ($176 - 2 = 174$), maka

diperoleh nilai rtabel sebesar 0,148 dari tabel hasil pengujian. Berikut hasil uji validitas variabel literasi digital (X) ditunjukkan pada Tabel 3.6 berikut ini.

TABEL 3.6
HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL X (LITERASI DIGITAL)

No.	Pernyataan	rhitung	rtabel	Ket.
<i>Functional Skill and Beyond</i>				
1.	Kemampuan dalam bidang TIK untuk mengoperasikan komputer	0,167	0,148	Valid
2.	Kemampuan TIK saat terhubung internet	0,319	0,148	Valid
<i>Creativity</i>				
3.	Kemampuan mengkreasikan produk dalam berbagai format dan model dengan memanfaatkan teknologi digital	0,273	0,148	Valid
4.	Kemampuan berpikir kreatif	0,305	0,148	Valid
5.	Kemampuan berpikir imajinatif	0,241	0,148	Valid
<i>Collaboration</i>				
6.	Kemampuan berpartisipasi dalam ruang digital	0,357	0,148	Valid
7.	Kemampuan menjelaskan gagasan-gagasan kepada orang lain dalam grup di ruang digital	0,266	0,148	Valid
8.	Kemampuan menegosiasikan gagasan-gagasan kepada orang lain dalam grup di ruang digital	0,220	0,148	Valid
<i>Communication</i>				
9.	Kemampuan berkomunikasi melalui media teknologi digital	0,330	0,148	Valid
10.	Memahami audiens (orang lain) di ruang digital	0,267	0,148	Valid
11.	Mengerti audiens (orang lain) di ruang digital	0,445	0,148	Valid
<i>The Ability to Find and Select Information</i>				
12.	Kemampuan mencari informasi di ruang digital	0,395	0,148	Valid
13.	Kemampuan menyeleksi informasi di ruang digital	0,361	0,148	Valid
<i>Critical Thinking and Evaluation</i>				
14.	Kemampuan berkontribusi saat berhadapan dengan informasi di ruang digital	0,418	0,148	Valid
15.	Kemampuan menganalisis saat berhadapan dengan informasi di ruang digital	0,415	0,148	Valid
16.	Kemampuan berpikir kritis saat berhadapan dengan informasi di ruang digital	0,358	0,148	Valid
<i>Critical Thinking and Evaluation</i>				
17.	Kapasitas pemikiran yang sejalan dengan pemahaman sosial dan budaya (kemampuan beradaptasi dengan zaman)	0,284	0,148	Valid
<i>E-Safety</i>				
18.	Jaminan keamanan saat bereksplorasi dengan teknologi digital	0,270	0,148	Valid
19.	Jaminan keamanan saat berkreasi dengan	0,315	0,148	Valid

	teknologi digital			
20	Jaminan keamanan saat berkolaborasi dengan teknologi digital	0,274	0,148	Valid

Sumber : Hasil Survei Penelitian, 2022

Berdasarkan Tabel 3.6 hasil pengujian dinyatakan sudah valid (rhitung > rtabel) dari validitas seluruh item variabel literasi digital, sehingga setiap indikator dapat mengukur apa yang dapat diukur atau alat ukur yang dipilih sudah benar. Hasil pengujian instrumen variabel literasi digital dimensi *communication* dengan pernyataan “Mengerti audiens (orang lain) diruang digital” dengan rhitung 0,445 merupakan yang tertinggi. Sedangkan dimensi *functional skill and beyond* dengan pernyataan “Kemampuan dalam bidang TIK untuk mengoperasikan komputer” dengan nilai rhitung 0,167 sebagai nilai terendah. Hasil uji validitas variabel minat berwirausaha berbasis *online* pada Tabel 3.7 sebagai berikut.

TABEL 3.7
HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL Y (MINAT BERWIRAUSAHA BERBASIS ONLINE)

No.	Pernyataan	rhitung	rtabel	Ket.
<i>Factor Personal</i>				
21	Kemudahan memberi kritik dan saran pada karyawan	0,278	0,148	Valid
22	Keberanian dalam memutuskan hubungan kerja dengan karyawan	0,310	0,148	Valid
23	Kemampuan meluangkan waktu sepenuhnya untuk usaha <i>online</i>	0,264	0,148	Valid
24	Kondisi usia berpengaruh dalam memulai usaha <i>online</i>	0,249	0,148	Valid
25	Keberanian menanggung resiko dalam memulai usaha <i>online</i>	0,414	0,148	Valid
26	Kemampuan memiliki rasa komitmen dalam merancang usaha <i>online</i>	0,428	0,148	Valid
27	Keinginan memulai bisnis <i>online</i>	0,393	0,148	Valid
<i>Factor Environment</i>				
28	Keberanian bersaing dengan wirausahawan lain	0,372	0,148	Valid
29	Keinginan mencari modal untuk kelangsungan usaha <i>online</i>	0,434	0,148	Valid
30	Keinginan menabung untuk keperluan usaha <i>online</i>	0,409	0,148	Valid
31	Harapan dapat memanfaatkan warisan untuk memulai usaha <i>online</i>	0,404	0,148	Valid
32	Keinginan memiliki kantor untuk kelangsungan usaha <i>online</i>	0,541	0,148	Valid
33	Keinginan mencari lokasi yang strategis untuk memulai usaha <i>online</i>	0,502	0,148	Valid
34	Keinginan mengikuti berbagai pelatihan bisnis	0,440	0,148	Valid
35	Keinginan mengurus kebijakan mendirikan kantor usaha <i>online</i>	0,515	0,148	Valid

36	Harapan nanti terdapat fasilitas transaksi (kredit)	0,416	0,148	Valid
37	Keinginan mendapat bimbingan saat menjalani usaha <i>online</i>	0,503	0,148	Valid
<i>Factor Sociological</i>				
38	Keinginan berbagi informasi dengan orang lain tentang usaha <i>online</i>	0,347	0,148	Valid
39	Harapan membangun hubungan dengan orang lain tentang usaha <i>online</i>	0,416	0,148	Valid
40	Keinginan jaringan komunikasi usaha <i>online</i> nanti diperluas hingga luar negeri	0,490	0,148	Valid
41	Keinginan membentuk tim kerja sama dalam usaha <i>online</i>	0,403	0,148	Valid
42	Berharap adanya dorongan dari kedua orang tua untuk membuka usaha <i>online</i>	0,471	0,148	Valid
43	Keinginan dibantu oleh pihak keluarga dalam memecahkan suatu masalah	0,367	0,148	Valid
44	Keinginan menceritakan masalah usaha kepada keluarga	0,362	0,148	Valid
45	Harapan memiliki banyak pengalaman sebelum terjun ke lapangan usaha <i>online</i>	0,459	0,148	Valid

Hasil pengujian tabek 3.7 dinyatakan sudah valid (rhitung>rtabel) pada validitas seluruh item variabel literasi digital, sehingga setiap indikator sudah dapat mengukur apa yang bisa diukur dan lat ukur yang dipilih sudah sesuai. Hasil pengujian pada instrumen variabel literasi digital nilai tertinggi pada dimensi *factor environment* dengan pernyataan “Keinginan memiliki kantor untuk kelangsungan usaha *online* ” dengan rhitung 0,541. Sedangkan dimensi *Factor Personal* dengan pernyataan “Kondisi usia berpengaruh dalam memulai usaha *online*” dengan nilai rhitung 0,249 merupakan yang terendah.

3.2.6.3 Pengujian Reliabilitas

Pengujian reliabilitas sebagai alat pengumpul data pada setiap instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan, dengan kriteria sudah baik sehingga menghasilkan data yang dapat dipercaya. Rumus *cronbach alpha* dilakukan dengan rentang skor angka untuk Pengujian reliabilitas instrument. Secara teori besarnya koefisien reliabilitas berkisar 0,00 – 1,00 tetapi, manusia sebagai subjek psikologis penelitian merupakan sumber kekeliruan yang potensial maka koefisien reliabilitas sebesar 1,00 tidak pernah tercapai. Rums ini digunakan untuk mencari reliabilitas instrumen yang skornya bukan 1 dan 0, misalnya angket atau soal bentuk uraian, adapun rumusnya pada halaman berikutnya:

$$r_n = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{n_t^2} \right]$$

Sumber : (Uma, 2014 : 68)

Keterangan:

r_n = Reliabilitas Instrumen

k = Banyaknya Butir

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah Varians Butir

n_t^2 = Sampel

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

$$\sigma = \frac{\sum X^2 - \frac{a^{n-k}}{n}}{n}$$

Sumber : (Uma, 2014 : 68)

Keterangan:

σ = Nilai Varian

n = Jumlah Sampel

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

Kaidah keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan kriteria sebagai berikut :

1. Item pertanyaan dikatakan *reliable*, apabila koefisien internal seluruh item $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi 5%.
2. Item pertanyaan dikatakan tidak *reliable*, apabila koefisien internal seluruh item $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi 5% .

3.2.6.4 Hasil Pengujian Reliabilitas

176 responden diuji dengan derajat kebebasan ($df = n-2$) ($176-2= 174$) juga tingkat signifikansi 5% diperoleh nilai r_{tabel} 0,148 . Pengujian reliabilitas instrumen melalui program *SPSS 25.0 for Windows* diperoleh semua variabel reliabel karena r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Terlihat pada Tabel 3.8 mengenai hasilnya pada halaman berikutnya :

TABEL 3.8
HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS

No.	Variabel	rhitung	rtabel	Ket.
1.	<i>Functional Skill And Beyond,</i>	0,490	0,148	Reliabel
2.	<i>Creativity</i>	0,471	0,148	Reliabel
3.	<i>Collaboration</i>	0,465	0,148	Reliabel
4.	<i>Communication</i>	0,451	0,148	Reliabel
5.	<i>The Ability To Find And Select Information</i>	0,466	0,148	Reliabel
6.	<i>Critical Thinking And Evaluation</i>	0,438	0,148	Reliabel
7.	<i>Cultural And Social Understanding</i>	0,496	0,148	Reliabel
8.	<i>E-Safety</i>	0,465	0,148	Reliabel
9	Minat Berwirausaha berbasis <i>Online</i>	0,667	0,148	Reliabel

Sumber: Survei Penelitian 2022

Hasil pengujian reliabilitas pada tabel 3.8 bahwa seluruh dimensi literasi digital dan variabel minat berwirausaha berbasis *online* terlihat $r_{hitung} > r_{tabel}$, dinyatakan reliabel. Variabel minat berwirausaha berbasis *online* memiliki r_{hitung} 0,667 sebagai instrumen nilai tertinggi. Sedangkan, dimensi *Critical Thinking and Evaluation* dengan r_{hitung} 0,438 memiliki nilai terendah

3.2.7 Teknik Analisis Data

Angket atau kuisioner sebagai alat analisis dalam penelitian ini yang disusun oleh peneliti berdasarkan variabel penelitian mengenai literasi digital terhadap minat berwirausaha. Adapun tahapan Kegiatan analisis data penelitian ini dilakukan sebagai berikut:

1. Kegiatan memeriksa kelengkapan identitas responden, kelengkapan data beserta isian data yang sesuai dengan tujuan penelitian singkatnya Menyusun data.
2. Tabulasi data dengan langkah-langkah sebagai berikut :
 - a. Pemberian skor pada tiap item.
 - b. Pada setiap item dijumlah.
 - c. Pada setiap variabel penelitian disusun berdasarkan ranking skor.
3. Mengelola data yang didapatkan dengan menginterpretasikan jawaban dari responden menggunakan statistik hingga mendapatkan kesimpulan singkatnya yaitu menganalisis data.
4. Pengujian analisis jalur (*path analysis*) sebagai uji hipotesis melalui metode verifikatif

Memberi skor pada tiap item dengan *skala likert* diperoleh data Ordinal. Sala angka 5 berarti sangat positif, jawaban angka 3 berarti cukup, angka 1 berarti

persepsi responden terhadap pernyataan itu sangat negatif. Pernyataan dari angket terdiri dari 5 kategori pilihan jawaban tersebut terlihat pada tabel 3.9 di halaman berikut :

TABEL 3. 9
INSTRUMEN PENELITIAN DENGAN SKALA ALTERNATIF

Pilihan Jawaban	Sangat Tinggi	Skala Jawaban	Sangat Rendah
Positif		← 5 4 3 2 1 →	Negatif
		1 2 3 4 5	

Sumber: (Muhidin & Abdurahman, 2017)

3.2.7.1 Teknik Analisis Data Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk menganalisa data melalui deskripsi atau menggambarkan data yang dikumpulkan sebagaimana adanya disebut Analisis deskriptif (Prof. Dr. Sugiyono, 2015). Pada penelitian ini menggunakan angket yang tersusun berdasarkan variabel dalam penelitian yaitu :

1. Literasi digital (X)

Variabel X terfokus pada penelitian terhadap literasi digital yang meliputi: *functional skill and beyond, creativity, collaboration, communication, the ability to find and select information, critical thinking and evaluation, cultural and social understanding, e-safety.*

2. Minat berwirausaha berbasis *online* (Y)

Variabel Y terfokus pada penelitian terhadap minat berwirausaha berbasis *online* yang meliputi: faktor *personal*, faktor *environment*, dan faktor *sociological*.

Penelitian ini dibantu oleh program *SPSS* dengan cara distribusi frekuensi. Kategori penafsiran persentase yang diambil dari 1,00 sampai 5,00 yang dikelompokkan ke dalam lima kelas ordinal, adapun batas-batas setiap kelas ordinal tergambar pada Tabel 3.10 berikut:

TABEL 3. 10
KRITERIA PENAFSIRAN

No	Kriteria Penafsiran	Keterangan
1	1,00 – 1,79	Sangat Rendah
2	1,80 – 2,59	Rendah
3	2,60 – 3,39	Cukup

4	3,40 – 4,19	Tinggi
5	4,20 – 5,00	Sangat Tinggi

Sumber: (Muhidin & Abdurahman, 2017)s

3.2.7.2 Transformasi data Ordinal ke Interval

Data pada penelitian ini diperoleh dari jawaban kuesioner para responden yang menggunakan skala likert, dari skala pengukuran likert itu akan diperoleh data ordinal. Agar dapat dianalisis secara statistic maka data tersebut harus dinaikan menjadi skala interval. (Sarwono, 2012) menyarankan mengubah data ordinal menjadi data interval dengan menggunakan *Method of Successive Interval* (MSI). Beberapa langkah yang harus dilakukan dalam mengubah data berskala ordinal menjadi data berskala interval yaitu:

1. Memperhatikan setiap butir jawaban responden dari kuesioner yang disebarkan.
2. Untuk setiap butir pertanyaan tentukan frekuensi (f) responden skor 1,2,3,4 dan 5 untuk setiap item pertanyaan.
3. Setiap frekuensi dibagi dengan banyaknya responden dan hasilnya disebut proporsi.
4. Menentukan proporsi kumulatif dengan jalan menjumlahkan nilai proporsi secara berurutan perkolom skor.
5. Menentukan nilai z untuk setiap PF yang diperoleh dengan menggunakan tabel distribusi normal.
6. Menentukan nilai skala (*scale value* = SV) untuk setiap skor jawaban yang diperoleh (dengan menggunakan Tabel Tinggi Densitas).
7. Menentukan skala dengan menggunakan rumus:

$$SV = \frac{\text{Density of Lower Limit} - \text{Density of Upper Limit}}{\text{Area Under Upper Limit} - \text{Area Under Lower Limit}}$$

Dimana:

- Density at Lower Limit* = Kepadatan batas bawah
Density Upper Limit = Kepadatan batas atas
Area Below Upper Limit = Daerah dibawah batas atas
Area Below Lower Limit = Daerah dibawah batas bawah

8. Sesuai dengan nilai skala ordinal ke interval, yaitu skala value (SV) yang

nilainya terkecil (harga negatif yang terbesar) diubah menjadi sama dengan 1 (satu). Menentukan nilai transformasi dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Transformed Scale Value} = Y = SV + |SV_{\min}| + 1$$

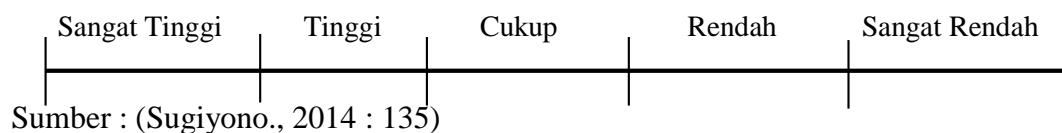
9. Nilai skala inilah yang disebut skala interval dan dapat digunakan dalam perhitungan analisis jalur.

3.2.7.3 Garis Kontinum

Tingkat kemampuan variabel yang sedang diteliti akan terlihat pada garis yang digunakan untuk menganalisa, mengukur, dan menunjukkan seberapa besar tingkatannya akan tergambar pada garis kontinum. Pengumpulan data sebagai alat diperlukan melalui angket atau pertanyaan yang akan dijawab ditujukan kepada responden dalam proses penelitian (Prof. Dr. Sugiyono, 2015). *Skoring* akan dibutuhkan karena jumlah pernyataan yang cukup banyak dimuat akan memudahkan proses penilaian dan analisis data dengan catatan kriteria terpenuhi. Hasil skor ideal sebagaimana kriteria dengan menggunakan rumus berikut (Prof. Dr. Sugiyono, 2015):

Nilai indeks maksimum	= skor ordinal tertinggi x jumlah item pertanyaan setiap dimensi x jumlah responden
Nilai indeks minimum	= skor ordinal terendah x jumlah item pertanyaan setiap dimensi x jumlah responden
Jarak ordinal	= [nilai maksimum – nilai minimum] :
skor ordinal persentase skor	= [(total skor): nilai maksimum] x 100

Terlihat skala alternatif nilai maksimum sebesar lima dan nilai minimum sebesar satu, sehingga dapat tergambar sebagai berikut:



GAMBAR 3.1
GARIS KONTINUM

3.2.7.4 Analisis Data Verifikatif

1. Pengujian Asumsi Klasik

Analisis jalur memerlukan uji asumsi terpenuhi dengan cara uji asumsi klasik secara statistik. Asumsi klasik yang sering digunakan adalah asumsi normalitas, linearitas dan heteroskedastisitas.

a. Uji Asumsi Normalitas

Uji asumsi normalitas pada persamaan regresi untuk menguji data variabel (X) dan variabel (Y), apakah berdistribusi tidak normal atau berdistribusi normal. Jika data distribusi normal, maka analisis data dan pengujian hipotesis digunakan adalah normalitas dan dapat dideteksi dengan menggunakan *normal probability plot* menggunakan Rumus Kolmogorov-Smirnov.

Mendeteksi data normal atau tidak, dengan Kolmogorov-Smirnov (K-S) menjadi salah satu uji ketepatan non-parametrik (Maholtra, 2010 : 533). Rumus Kolmogorov-Smirnov diuji normalitas dengan formula berikut:

$$K = |F_s(x) - F_r(x)|_{max}$$

Sumber: (Maholtra, 2010 : 533)

Keterangan:

F_s = df kumpulan sampel

F_t = df kumpulan teoritis

nilai *asympt.sig* (signifikansi) > 0,05 data berdistribusi normal, apabila nilai *asympt.sig* (signifikansi) < 0,05 data berdistribusi tidak normal, .

e. Uji Linearitas

Mengetahui apakah variabel-variabel memiliki hubungan yang linear atau tidak secara signifikan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi. Berlandaskan dikatakan linear hubungan antara variabel X dengan variabel Y apabila nilai probabilitas < 0,05, dan sebaliknya apabila nilai probabilitas lebih besar, maka variabel X dengan variabel Y tidak linear.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji asumsi ini berasal dari residual satu pengamatan apakah terdapat ketidaksamaan varians. Persyaratannya terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan dengan yang lain tetap atau disebut homoskedastisitas, terjadi heteroskedastisitas apabila variansnya tidak sama, dikatakan tidak terjadi

heteroskedastisitas maka persamaan regresi tersebut dikategorikan baik. Tidak terdeteksi Heteroskedastisitas, dengan nilai t hitung < t tabel dan nilai signifikansi > 0,05, apabila sebaliknya yaitu nilai t hitung lebih besar maka terjadi heterokedastisitas.

Metode analisis verifikatif menjadi pilihan pada penelitian ini untuk menguji hipotesis dengan menggunakan analisis jalur (*path analysis*). Perluasan dari teknik regresi berganda yang memungkinkan untuk memeriksa hubungan antar variabel independent dapat menggunakan analisis jalur (Uma Sekaran & Roger, 2016).

Menentukan suatu besaran yang menyatakan seberapa kuat hubungan satu variabel dengan variabel lain menggunakan analisis korelasi. (Uma Sekaran & Roger, 2016 : 287) bahwa korelasi positif atau searah (*direct*) sempurna (*perfect positive correlation*) antara dua variabel terwakilkan koefisien korelasi (=) atau mendekati +1, ini mengindikasikan satu yang didalamnya perubahan skor tinggi dalam arah yang sama (*same direction*) di satu variabel disertai oleh perubahan ekuivalen) dalam variabel lain, tanpa kecuali.

Hubungan yang terjadi semakin kuat apabila nilainya semakin mendekati 1, sebaliknya nilai semakin mendekati 0 maka hubungan yang terjadi semakin lemah, karna nilai R berkisar antara 0 sampai 1. Rumus yang digunakan adalah Korelasi *Product Moment* sebagai berikut:

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

Sumber: (Maholtra, 2010 : 750)

Keterangan:

r_{xy} = korelasi *product moment*

n = total sampel

\sum = Kuadrat faktor variabel bebas (X)

$\sum X^2$ = Kuadrat faktor variabel bebas (X)

$\sum Y^2$ = Kuadrat faktor variabel terikat (Y)

$\sum XY$ = Jumlah kali pada faktor korelasi variable bebas dan variabel terikat

Dimana: r_{xy} = koefisien korelasi antara variabel bebas dan variabel terikat, korelasi dua variabel

Besarnya koefisien korelasi terdapat interpretasinya yang dapat dilihat pada Tabel 3.11 berikut:

TABEL 3. 11
INTERPRETASI BESARNYA KOEFISIEN KORELASI

Besarnya Nilai	Interprestasi
0.00 – 0.199	Sangat Rendah
0.20 – 0.399	Rendah
0.40 – 0.599	Sedang
0.60 – 0.799	Kuat
0.80 – 1.000	Sangat Kuat

Sumber: (Maholtra, 2010)

2. Analisis Determinasi

Analisis jalur digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel bebas (X_1, X_2, X_n) secara serentak terhadap variabel terikat (Y). (Uma Sekaran & Roger, 2016 : 626) mengungkapkan koefisien ini bertujuan untuk mendeteksi seberapa besar persentase variasi perubahan dalam satu variabel bebas (X) ditentukan oleh perubahan dalam variabel lain (terikat) atau variabel y . $R^2 = 0$, jadi tidak ada sedikitpun persentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel y terhadap variabel x , atau variabel y yang digunakan dalam model tidak menjabarkan sedikitpun variasi variabel x . Terdapat rumus koefisien determinasi seperti berikut:

$$adjusted R^2 = R^2 - \frac{k(1 - R^2)}{n - k - 1}$$

Sumber: (Maholtra, 2010 : 594)

Keterangan:

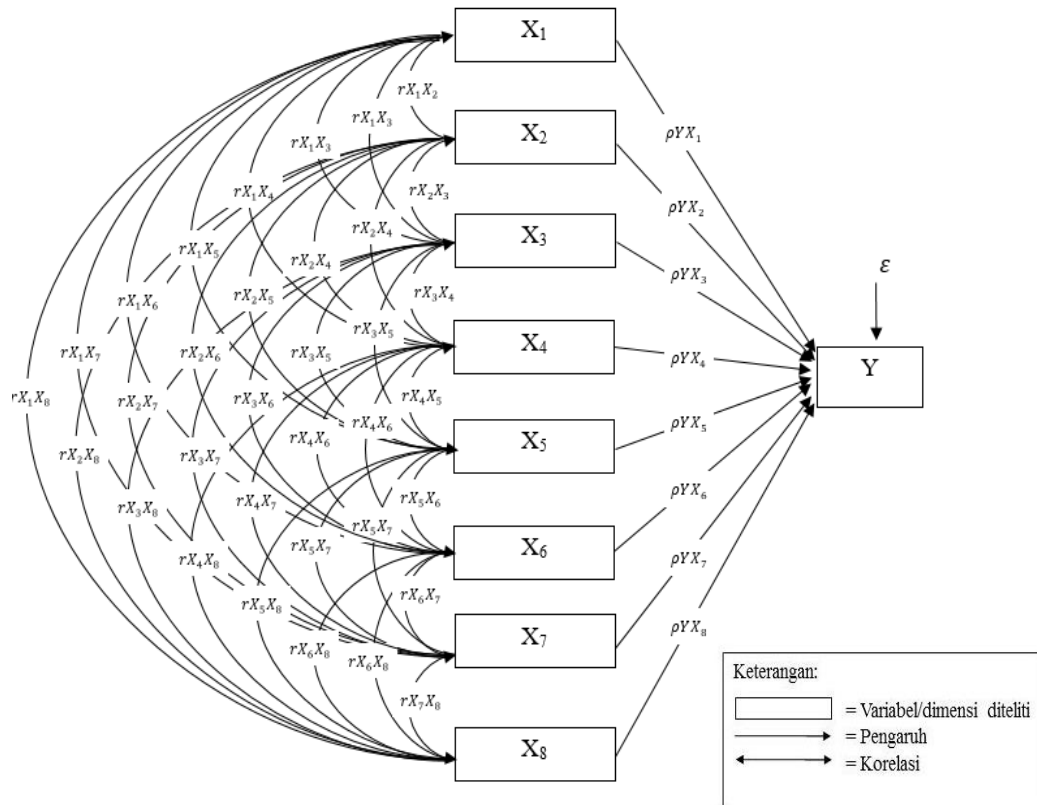
R^2 = Koefisien korelasi ganda

k = Jumlah prediktor

n = Jumlah anggota sampel

Menguji hipotesis menggunakan pengujian statistik dan menitikberatkan pada penjabaran perilaku variabel penelitian disebut analisis data verifikatif. Teknik ini bertujuan untuk mengetahui hubungan korelatif dalam penelitian ini yaitu teknik analisis jalur (*path analysis*). Analisis ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh dimensi pada variabel X literasi digital mempengaruhi Y yaitu

minat berwirausaha berbasis *online* secara tidak langsung maupun langsung. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggambar struktur hipotesis pada Gambar 3.2 berikut:



GAMBAR 3.2
MODEL HIPOTESIS

Keterangan :

- Y = Minat Berwirausaha berbasis *online* sebagai variabel *dependen* (endogen)
- X_1 = *functional skill and beyond* sebagai variabel *independen* (eksogen)
- X_2 = *creativity* variabel *independen* (eksogen)
- X_3 = *colloboration* sebagai variabel *independen* (eksogen)
- X_4 = *communication* sebagai variabel *independen* (eksogen)
- X_5 = *the ability to find and select information* sebagai variabel *independen* (eksogen)
- X_6 = *critical thinking and evaluation* sebagai variabel *independen* (eksogen)

- X_7 = *cultural and social understanding* sebagai variabel *independen* (eksogen)
- X_8 = *e-safety* sebagai variabel *independen* (eksogen)
- ε = Epsilon (faktor lainnya)

Model hipotesis Gambar 3.2 menjabarkan bahwa dimensi literasi digital berpengaruh terhadap minat berwirausaha berbasis *online*. Adapun, dipengaruhi faktor lain terhadap hubungan *functional skill and beyond* (X_1), *creativity* (X_2), *collaboration* (X_3), *communication* (X_4), *the ability to find and select information* (X_5), *critical thinking and evaluation* (X_6), *cultural and social understanding* (X_7), *e-safety* (X_8) dan Y (minat berwirausaha berbasis *online*) merupakan variabel residual (ε) tetapi pada penelitian ini variabel tersebut tidak diperhatikan.

Analisis pola hubungan antar variabel dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh tidak langsung maupun langsung pada seperangkat variabel *independen* (eksogen) terhadap variabel *dependen* (endogen). Asumsi-asumsi analisis jalur yakni (Riduwan & Kuncoro, 2012) :

1. Terdapat sifat linier, adaptif dan normal dari Hubungan antar variabel.
2. Tidak ada arah kausalitas yang berbalik atau sistem aliran kausal ke satu arah.
3. Skala ukur minimalnya ordinal atau rasio pada variabel *dependen* (endogen).
4. Pemilihan anggota sampel menggunakan teknik pengambilan sampel (*probability sampling*) dengan memberikan peluang yang sama kepada setiap anggota populasi agar dipilih.
5. Hasil uji valid dan reliabel pada pengukuran instrumen.
6. Terdapat teori dan konsep yang mampu menjelaskan hubungan kausalitas antar variabel yang diteliti pada model yang dianalisis.

Langkah-langkah kerja untuk menjawab pengujian analisis jalur adalah sebagai berikut:

1. kerangka pemikiran yang diajukan lengkap dengan persamaan strukturalnya pada gambar diagram jalur, sehingga nampak dengan jelas mana yang merupakan variabel eksogen maupun endogen.

Dari diagram jalur tersebut didapatkan persamaan struktural sebagai berikut:

$$Y = \rho_{YX_1} + \rho_{YX_2} + \rho_{YX_3} + \rho_{YX_4} + \rho_{YX_5} + \rho_{YX_6} + \rho_{YX_7} + \rho_{YX_8} + \rho_{Y\varepsilon}$$

2. Susun matriks korelasi antar variabel bebas sebagai berikut:

	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8
X1	rx1.rx1	rx1.rx2	rx1.x3	rx1.x4	rx1.x5	rx1.x6	rx1.x7	rx1.x8
X2		rx2.rx2	rx2.x3	rx2.rx4	rx2.x5	rx2.x6	rx2.x7	rx2.x8
X3			rx3.x3	rx3.x4	rx3.x5	rx3.x6	rx3.x7	rx3.x8
X4				rx4.x4	rx4.x5	rx4.x6	rx4.x7	rx4.x8
X5					rx5.x5	rx5.x6	rx5.x7	rx5.x8
X6						rx6.x6	rx6.x7	rx6.x8
							rx7.x7	rx5.x8
								rx8.x8

3. Menghitung koefisien korelasinya dari identifikasi sub-struktur, kemudian susun matriks korelasi antar variabel eksogen yang menyusun substruktur tersebut, karena diagram jakur hanya terdiri dari sebuah sub-struktur, maka matriks invers antar variabel eksogen bisa disusun sebagai berikut:

	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	X ₅	X ₆	X ₇	X ₈
R ⁻¹ =	C1.1	C1.2	C1.3	C1.4	C1.5	C1.6	C1.7	C1.8
		C2.2	C2.3	C2.4	C2.5	C2.6	C2.7	C2.8
			C3.3	C3.4	C3.5	C3.6	C3.7	C3.8
				C4.4	C4.5	C4.6	C4.7	C4.8
					C5.5	C5.6	C5.7	C5.8
						C6.6	C6.7	C6.8
							C7.7	C7.8
								C8.8

Dimana k (jumlah variabel eksogen) = 8

4. Hitung semua koefisien jalur ρ_{YX_i} , $i=1, 2, 3, \dots, k$ melalui rumus:

	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	X ₅	X ₆	X ₇	X ₈	
ρ_{YX_1}	C1.1	C1.2	C1.3	C1.4	C1.5	C1.6	C1.7	C1.8	r_{YX_1}
ρ_{YX_2}		C2.2	C2.3	C2.4	C2.5	C2.6	C2.7	C2.8	r_{YX_2}
ρ_{YX_3}			C3.3	C3.4	C3.5	C3.6	C3.7	C3.8	r_{YX_3}
ρ_{YX_4}				C3.4	C3.5	C4.6	C4.7	C4.8	r_{YX_4}
ρ_{YX_5}					C3.5	C5.6	C5.7	C5.8	r_{YX_5}
ρ_{YX_6}						C6.6	C6.7	C6.8	r_{YX_6}
ρ_{YX_7}							C7.7	C7.8	r_{YX_7}
ρ_{YX_8}								C8.8	r_{YX_8}

5. Hitung koefisien determinasi total $R^2_y (X_1, X_2, \dots, X_k)$, merupakan bilangan prosentasi pengaruh X_1, X_2, \dots, X_k terhadap variabel *dependen* secara simultan dengan formula rumus sebagai berikut:

$$R^2_y (X_1, X_2, \dots, X_k) = [\rho_{YX_1}, \rho_{YX_2}, \dots, \rho_{YX_k}] \begin{bmatrix} r_{YX_1} \\ r_{YX_2} \\ \dots r_{YX_k} \end{bmatrix}$$

Dimana k (jumlah variabel eksogen) = 8

Pengaruh total secara parsial dengan menggunakan rumus :

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

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

$$R^2_{YX \dots k} = [\rho_{YX \dots k}] \quad r_{YX \dots k}$$

Dimana k (jumlah variabel eksogen) = 8

6. Uji pengaruh tidak langsung dan langsung dari setiap variabel
 7. Prosentase pengaruh variabel residu ε terhadap Y ($\rho_{Y\varepsilon}$) melalui rumus:

$$\rho_{Y\varepsilon} = \sqrt{1 - R^2_Y(X_1, X_2, \dots, X_k)}$$

3.2.8 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis, merupakan penghujung analisis data untuk menguji hipotesis menggunakan uji statistika yang tepat. Untuk menguji signifikansi korelasi antara dimensi variabel *functional skill and beyond* (X_1), *creativity* (X_2), *collaboration* (X_3), *communication* (X_4), *the ability to find and select information* (X_5), *critical thinking and evaluation* (X_6), *cultural and social understanding* (X_7), *e-safety* (X_8) dan Y (minat berwirausaha berbasis *online*) Hipotesis penelitian ini diuji dengan mendeskripsikan hasil analisis jalur. Kebenaran suatu hipotesis dapat dibuktikan melalui data yang dikumpulkan, secara statistik hipotesis merupakan pernyataan mengenai keadaan populasi yang akan diuji yang diperoleh dari sampel penelitian berdasarkan data:

1) Uji Simultan

Hipotesis Statistik:

$H_a : \rho > 0$ Dimensi literasi digital secara bersama-sama berpengaruh
 $i = 1, 2, 3$ terhadap minat berwirausaha

$H_0 : \rho \leq 0$ Dimensi literasi digital secara bersama-sama tidak
 $i = 1, 2, 3$ berpengaruh terhadap minat berwirausaha

Statistik uji yang digunakan adalah:

$$F = \frac{(n - k - i) \sum_{i=1}^k \rho_{YX_1} \rho_{YX_1}}{(n - k - i) \sum_i^k \rho_{YX_1} \rho_{YX_1}}$$

Kriteria pengujiannya adalah “Tolak H_0 yang menyatakan bahwa $\rho_{yX_1} = \rho_{yX_2} = \rho_{yX_3} = 0$ jika F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ”. Statistik uji diatas mengikuti distribusi F dengan derajat bebas $v_1 = k$ dan $v_2 = n-k-1$.

2) Uji Parsial

Pengujian parsial dilanjutkan apabila hasil dari pengujian secara bersama-sama menyimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan, untuk melihat lebih jelas variabel mana saja diantara kedua variabel eksogen, yaitu variabel *functional skill and beyond* (X_1), *creativity* (X_2), *collaboration* (X_3), *communication* (X_4), *the ability to find and select information* (X_5), *critical thinking and evaluation* (X_6), *cultural and social understanding* (X_7), *e-safety* (X_8) dan yang pengaruhnya signifikan terhadap Y (minat berwirausaha berbasis *online*). Masing-masing variabel eksogen tersebut digunakan uji t dengan tujuan mengetahui koefisien jalur dengan formula di halaman berikutnya:

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

Kriteria pengujiannya adalah "Tolak H_0 yang menyatakan bahwa $\rho_{YX_i} < 0$ jika t hitung $> t$ tabel", statistik uji diatas mengikuti distribusi t dengan derajat bebas $n-k$. Substruktur 2 dilakukan perhitungan besar pengaruh masing-masing variabel $X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6, X_7,$ dan X_8 setelah setelah perhitungan koefisien jalur dengan penjabaran berikut:

1. Pengaruh (X_1) terhadap Y

Pengaruh langsung	$= \rho_{YX_1} . \rho_{YX_1}$
Pengaruh tidak langsung melalui ($X_1.2$)	$= \rho_{YX_1} . r_{X_1.X_2} . \rho_{YX_2}$
Pengaruh tidak langsung melalui ($X_1.3$)	$= \rho_{YX_1} . r_{X_1.X_3} . \rho_{YX_3}$
Pengaruh tidak langsung melalui ($X_1.4$)	$= \rho_{YX_1} . r_{X_1.X_4} . \rho_{YX_4}$
Pengaruh tidak langsung melalui ($X_1.5$)	$= \rho_{YX_1} . r_{X_1.X_5} . \rho_{YX_5}$
Pengaruh tidak langsung melalui ($X_1.6$)	$= \rho_{YX_1} . r_{X_1.X_6} . \rho_{YX_6}$
Pengaruh tidak langsung melalui ($X_1.7$)	$= \rho_{YX_1} . r_{X_1.X_7} . \rho_{YX_7}$
Pengaruh tidak langsung melalui ($X_1.8$)	$= \rho_{YX_1} . r_{X_1.X_8} . \rho_{YX_8} \pm$
Pengaruh total (X_1) terhadap Y	$= \dots\dots\dots$

Berdasarkan pada nilai pengaruh total di atas, maka dapat ditunjukkan jumlah pengaruh langsung dan tidak langsung dari *functional skill and beyond* (X_1) terhadap minat berwirausaha berbasis *online*

2. Pengaruh (X_2) terhadap Y

Pengaruh langsung	$= \rho_{YX_2}, \rho_{YX_2}$
Pengaruh tidak langsung melalui ($X_{2.1}$)	$= \rho_{YX_2}, r_{X_2.X_1}, \rho_{YX_1}$
Pengaruh tidak langsung melalui ($X_{2.3}$)	$= \rho_{YX_2}, r_{X_2.X_3}, \rho_{YX_3}$
Pengaruh tidak langsung melalui ($X_{2.4}$)	$= \rho_{YX_2}, r_{X_2.X_4}, \rho_{YX_4}$
Pengaruh tidak langsung melalui ($X_{2.5}$)	$= \rho_{YX_2}, r_{X_2.X_5}, \rho_{YX_5}$
Pengaruh tidak langsung melalui ($X_{2.6}$)	$= \rho_{YX_2}, r_{X_2.X_6}, \rho_{YX_6}$
Pengaruh tidak langsung melalui ($X_{2.7}$)	$= \rho_{YX_2}, r_{X_2.X_7}, \rho_{YX_7}$
Pengaruh tidak langsung melalui ($X_{2.8}$)	$= \rho_{YX_2}, r_{X_2.X_8}, \rho_{YX_8}+$
Pengaruh total (X_2) terhadap Y	$= \dots\dots\dots$

Berdasarkan pada nilai pengaruh total di atas, maka dapat ditunjukkan jumlah pengaruh langsung dan tidak langsung dari *creativity* (X_2) terhadap minat berwirausaha berbasis *online*

3. Pengaruh (X_3) terhadap Y

Pengaruh langsung	$= \rho_{YX_3}, \rho_{YX_3}$
Pengaruh tidak langsung melalui ($X_{3.1}$)	$= \rho_{YX_3}, r_{X_3.X_1}, \rho_{YX_1}$
Pengaruh tidak langsung melalui ($X_{3.2}$)	$= \rho_{YX_3}, r_{X_3.X_2}, \rho_{YX_2}$
Pengaruh tidak langsung melalui ($X_{3.4}$)	$= \rho_{YX_3}, r_{X_3.X_4}, \rho_{YX_4}$
Pengaruh tidak langsung melalui ($X_{3.5}$)	$= \rho_{YX_3}, r_{X_3.X_5}, \rho_{YX_5}$
Pengaruh tidak langsung melalui ($X_{3.6}$)	$= \rho_{YX_3}, r_{X_3.X_6}, \rho_{YX_6}$
Pengaruh tidak langsung melalui ($X_{3.7}$)	$= \rho_{YX_3}, r_{X_3.X_7}, \rho_{YX_7}$
Pengaruh tidak langsung melalui ($X_{3.8}$)	$= \rho_{YX_3}, r_{X_3.X_8}, \rho_{YX_8}+$
Pengaruh total (X_3) terhadap Y	$= \dots\dots\dots$

Berdasarkan pada nilai pengaruh total di atas, maka dapat ditunjukkan jumlah pengaruh langsung dan tidak langsung dari *collaboration* (X_3) terhadap minat berwirausaha berbasis *online*

4. Pengaruh (X_4) terhadap Y

Pengaruh langsung	$= \rho_{YX_4}, \rho_{YX_4}$
Pengaruh tidak langsung melalui ($X_{4.1}$)	$= \rho_{YX_4}, r_{X_4.X_1}, \rho_{YX_1}$
Pengaruh tidak langsung melalui ($X_{4.2}$)	$= \rho_{YX_4}, r_{X_4.X_2}, \rho_{YX_2}$
Pengaruh tidak langsung melalui ($X_{4.3}$)	$= \rho_{YX_4}, r_{X_4.X_3}, \rho_{YX_3}$
Pengaruh tidak langsung melalui ($X_{4.5}$)	$= \rho_{YX_4}, r_{X_4.X_5}, \rho_{YX_5}$

Pengaruh tidak langsung melalui (X _{4.6})	= $\rho_{YX_4} \cdot r_{X_4 \cdot X_6} \cdot \rho_{YX_6}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X _{4.7})	= $\rho_{YX_4} \cdot r_{X_4 \cdot X_7} \cdot \rho_{YX_7}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X _{4.8})	= $\rho_{YX_4} \cdot r_{X_4 \cdot X_8} \cdot \rho_{YX_8}$
Pengaruh total (X ₄) terhadap Y	=

Berdasarkan pada nilai pengaruh total di atas, maka dapat ditunjukkan jumlah pengaruh langsung dan tidak langsung dari *communication* (X₄) terhadap minat berwirausaha berbasis *online*

5. Pengaruh (X₅) terhadap Y

Pengaruh langsung	= ρ_{YX_5}
Pengaruh tidak langsung melalui (X _{5.3})	= $\rho_{YX_5} \cdot r_{X_5 \cdot X_1} \cdot \rho_{YX_1}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X _{5.2})	= $\rho_{YX_5} \cdot r_{X_5 \cdot X_2} \cdot \rho_{YX_2}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X _{5.4})	= $\rho_{YX_5} \cdot r_{X_5 \cdot X_3} \cdot \rho_{YX_3}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X _{5.5})	= $\rho_{YX_5} \cdot r_{X_5 \cdot X_4} \cdot \rho_{YX_4}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X _{5.6})	= $\rho_{YX_5} \cdot r_{X_5 \cdot X_6} \cdot \rho_{YX_6}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X _{5.7})	= $\rho_{YX_5} \cdot r_{X_5 \cdot X_7} \cdot \rho_{YX_7}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X _{5.8})	= $\rho_{YX_5} \cdot r_{X_5 \cdot X_8} \cdot \rho_{YX_8}$
Pengaruh total (X ₅) terhadap Y	=

Berdasarkan pada nilai pengaruh total di atas, maka dapat ditunjukkan jumlah pengaruh langsung dan tidak langsung dari *the ability to find and select information* (X₅) terhadap minat berwirausaha berbasis *online*

6. Pengaruh (X_6) terhadap Y

Pengaruh langsung	= ρ_{YX_6} , ρ_{YX_6}
Pengaruh tidak langsung melalui ($X_{6.3}$)	= ρ_{YX_6} , $r_{X_6.X_1}$, ρ_{YX_1}
Pengaruh tidak langsung melalui ($X_{6.2}$)	= ρ_{YX_6} , $r_{X_6.X_2}$, ρ_{YX_2}
Pengaruh tidak langsung melalui ($X_{6.4}$)	= ρ_{YX_6} , $r_{X_6.X_3}$, ρ_{YX_3}
Pengaruh tidak langsung melalui ($X_{6.5}$)	= ρ_{YX_6} , $r_{X_6.X_4}$, ρ_{YX_4}
Pengaruh tidak langsung melalui ($X_{6.6}$)	= ρ_{YX_6} , $r_{X_6.X_5}$, ρ_{YX_5}
Pengaruh tidak langsung melalui ($X_{6.7}$)	= ρ_{YX_6} , $r_{X_6.X_7}$, ρ_{YX_7}
Pengaruh tidak langsung melalui ($X_{6.8}$)	= ρ_{YX_6} , $r_{X_6.X_8}$, ρ_{YX_8}
Pengaruh total (X_6) terhadap Y	=

Berdasarkan pada nilai pengaruh total di atas, maka dapat ditunjukkan jumlah pengaruh langsung dan tidak langsung dari *critical thinking and evaluation* (X_6) terhadap minat berwirausaha berbasis *online*

7. Pengaruh (X_7) terhadap Y

Pengaruh langsung	= ρ_{YX_7} , ρ_{YX_7}
Pengaruh tidak langsung melalui ($X_{7.3}$)	= ρ_{YX_7} , $r_{X_7.X_1}$, ρ_{YX_1}
Pengaruh tidak langsung melalui ($X_{7.2}$)	= ρ_{YX_7} , $r_{X_7.X_2}$, ρ_{YX_2}
Pengaruh tidak langsung melalui ($X_{7.4}$)	= ρ_{YX_7} , $r_{X_7.X_3}$, ρ_{YX_3}
Pengaruh tidak langsung melalui ($X_{7.5}$)	= ρ_{YX_7} , $r_{X_7.X_4}$, ρ_{YX_4}
Pengaruh tidak langsung melalui ($X_{7.6}$)	= ρ_{YX_7} , $r_{X_7.X_5}$, ρ_{YX_5}
Pengaruh tidak langsung melalui ($X_{7.7}$)	= ρ_{YX_7} , $r_{X_7.X_6}$, ρ_{YX_6}
Pengaruh tidak langsung melalui ($X_{7.8}$)	= ρ_{YX_7} , $r_{X_7.X_8}$, ρ_{YX_8}
Pengaruh total (X_7) terhadap Y	=

Berdasarkan pada nilai pengaruh total di atas, maka dapat ditunjukkan jumlah pengaruh langsung dan tidak langsung dari *cultural and social understanding* (X_7) terhadap minat berwirausaha berbasis *online*

8. Pengaruh (X_8) terhadap Y

Pengaruh langsung	$= \rho_{YX_8}$
Pengaruh tidak langsung melalui ($X_{8.1}$)	$= \rho_{YX_8} \cdot r_{X_8.X_1} \cdot \rho_{YX_1}$
Pengaruh tidak langsung melalui ($X_{8.2}$)	$= \rho_{YX_8} \cdot r_{X_8.X_2} \cdot \rho_{YX_2}$
Pengaruh tidak langsung melalui ($X_{8.3}$)	$= \rho_{YX_8} \cdot r_{X_8.X_3} \cdot \rho_{YX_3}$
Pengaruh tidak langsung melalui ($X_{8.4}$)	$= \rho_{YX_8} \cdot r_{X_8.X_4} \cdot \rho_{YX_4}$
Pengaruh tidak langsung melalui ($X_{8.5}$)	$= \rho_{YX_8} \cdot r_{X_8.X_5} \cdot \rho_{YX_5}$
Pengaruh tidak langsung melalui ($X_{8.6}$)	$= \rho_{YX_8} \cdot r_{X_8.X_6} \cdot \rho_{YX_6}$
Pengaruh tidak langsung melalui ($X_{8.7}$)	$= \rho_{YX_8} \cdot r_{X_8.X_7} \cdot \rho_{YX_{7+}}$
Pengaruh total (X_8) terhadap Y	$= \dots\dots\dots$

Berdasarkan pada nilai pengaruh total di atas, maka dapat ditunjukkan jumlah pengaruh langsung dan tidak langsung dari *e-safety* (X_8) terhadap minat berwirausaha berbasis *online*

Pengujian hipotesis penelitian ini untuk menguji ada tidaknya pengaruh antara dimensi literasi digital terhadap minat berwirausaha berwirausaha *online*. Hipotesisnya adalah sebagai berikut:

1. **Hipotesis 1**

$H_0 : \rho \leq 0$, artinya tidak terdapat pengaruh dari *functional skill and beyond*, creativity terhadap minat berwirausaha berbasis *online*

$H_a : \rho > 0$, artinya terdapat pengaruh dari *functional skill and beyond*, creativity terhadap minat berwirausaha berbasis *online*

2. **Hipotesis 2**

$H_0 : \rho \leq 0$, artinya tidak terdapat pengaruh dari creativity terhadap minat berwirausaha berbasis *online*

$H_a : \rho > 0$, artinya terdapat pengaruh dari creativity terhadap minat berwirausaha berbasis *online*

3. **Hipotesis 3**

$H_0 : \rho \leq 0$, artinya tidak terdapat pengaruh dari *collaboration* terhadap minat berwirausaha berbasis *online*

$H_a : \rho > 0$, artinya terdapat pengaruh dari *collaboration* terhadap minat berwirausaha berbasis *online*

4. **Hipotesis 4**

$H_0 : \rho \leq 0$, artinya tidak terdapat pengaruh dari *communication* terhadap minat berwirausaha berbasis *online*

$H_a : \rho > 0$, artinya terdapat pengaruh dari *communication* terhadap minat berwirausaha berbasis *online*

5. **Hipotesis 5**

$H_0 : \rho \leq 0$, artinya tidak terdapat pengaruh dari *the ability to find and select information* terhadap minat berwirausaha berbasis *online*

$H_a : \rho > 0$, artinya terdapat pengaruh dari *the ability to find and select information* terhadap minat berwirausaha berbasis *online*

6. **Hipotesis 6**

$H_0 : \rho \leq 0$, artinya tidak terdapat pengaruh dari *critical thinking and evaluation* terhadap minat berwirausaha berbasis *online*

$H_a : \rho > 0$, artinya terdapat pengaruh dari *critical thinking and evaluation* terhadap minat berwirausaha berbasis *online*

7. **Hipotesis 7**

$H_0 : \rho \leq 0$, artinya tidak terdapat pengaruh dari *cultural and social understanding* terhadap minat berwirausaha berbasis *online*

$H_a : \rho > 0$, artinya terdapat pengaruh dari *cultural and social understanding* terhadap minat berwirausaha berbasis *online*

8. **Hipotesis 8**

$H_0 : \rho \leq 0$, artinya tidak terdapat pengaruh dari *e-safety* terhadap minat berwirausaha berbasis *online*

$H_a : \rho > 0$, artinya terdapat pengaruh dari *e-safety* terhadap minat berwirausaha berbasis *online*