

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Objek dan Subjek Penelitian

Objek penelitian yang dipilih oleh penulis yaitu di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang berada di Jalan Lingkar Selatan, Kasihan, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Objek penelitian adalah variabel penelitian, yaitu sesuatu yang merupakan inti dari problematika penelitian.

Subjek penelitian atau responden adalah pihak-pihak yang dijadikan sebagai sampel dalam penelitian. Subjek dari penelitian ini yaitu mahasiswa S1 angkatan 2016 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

B. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yaitu berdasarkan survey dan jawaban hasil kuisisioner dari responden yang ditujukan untuk menjelaskan pengaruh pendidikan kewirausahaan dan self efficacy terhadap minat berwirausaha. Menurut Sekaran (2017) data primer adalah data yang dikumpulkan dengan cara langsung melalui sumber data dengan berbicara, mengamati peristiwa, orang dan objek ataupun melalui menyebarkan kuisisioner. Penelitiannya menggunakan metode penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif adalah data dalam bentuk angka yang umumnya diperoleh melalui pertanyaan terstruktur Sekaran (2017).

C. Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah mahasiswa S1 angkatan 2016 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, yang terdiri dari:

Akuntansi : 284

Manajemen : 270

Ilmu Ekonomi : 264

Untuk menentukan jumlah sampel, peneliti menggunakan rumus slovin rumus Slovin yang digunakan sebagai berikut:

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

Keterangan:

d : tingkat ketepatan atau kesalahan yang diinginkan (5%=0,05)

n : jumlah sampel

N : jumlah populasi

Jumlah populasi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis angkatan 2016 sebanyak 818, kemudian jumlah tersebut dimasukkan ke dalam rumus dengan menggunakan signifikansi 0,05 sehingga diperoleh jumlah sampel sebagai berikut :

$$n = \frac{818}{818(0,05)^2+1} = 268$$

Dengan demikian, sampel pada penelitian ini berjumlah 268. Untuk menentukan jumlah sampel masing – masing program studi (per prodi) yaitu dengan jumlah sampel dibagi 3 yang tujuannya agar sama rata,

sehingga diperoleh jumlah sampel untuk masing–masing prodi sebagai

berikut : $\frac{268}{3} = 89$.

Akuntansi : 89

Manajemen : 89

Ilmu Ekonomi : 89

D. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *non probability sampling* dengan penentuan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* berdasarkan kriteria mahasiswa S1 angkatan tahun 2016 yang telah mengambil mata kuliah kewirausahaan, praktik bisnis, dan seminar. Sugiyono (2018) menjelaskan bahwa *non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel dengan tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama kepada anggota populasi untuk kemudian dijadikan sebagai sampel. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan berbagai pertimbangan tertentu. Menurut Sekaran (2017) pengambilan sampel dalam *purposive sampling* itu terbatas dan hanya pada jenis orang tertentu yang bisa memberikan informasi, baik karena mereka adalah satu-satunya pihak yang memilikinya ataupun mereka yang memenuhi beberapa kriteria yang ditentukan oleh peneliti.

E. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode kuesioner atau angket. Kuisisioner (questionnaire) adalah daftar pertanyaan tertulis yang telah dirumuskan sebelumnya dimana responden akan mencatat jawaban mereka, biasanya dalam alternative yang didefinisikan dengan jelas. Kuisisioner merupakan mekanisme pengumpulan data yang efisien ketika studi bersifat deskriptif atau eksplanatori Sekaran (2017). Dalam penelitian ini peneliti membagikan kuisisioner berbentuk online yang kemudian disebarakan kepada responden melalui Google Form. Kuisisioner ini berisi pertanyaan dengan jawaban alternative yang berkenaan dengan pengaruh pendidikan kewirausahaan dan *self efficacy* terhadap minat mahasiswa untuk berwirausaha.

F. Definisi Operasional Variabel Penelitian

1. Definisi variabel penelitian

Dalam penelitian ini digunakan tiga variabel yaitu pendidikan kewirausahaan, *self efficacy* dan minat berwirausaha, dengan uraian sebagai berikut:

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel Penelitian

Konsep / Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Item Pertanyaan	Skala
Minat Berwirausaha (Y)	Minat berwirausaha adalah rasa ketertarikan untuk menjadi seorang wirausaha yang bersedia bekerja keras dan tekun agar mencapai kemajuan usahanya.	1.) Senang menjadi wirausahawan. 2.) Tidak tergantung orang lain. 3.) Dapat membantu lingkungan sosial Setiawan (2016)	5, 4 1, 3 2 Setiawan (2016) dalam Maryati (2019)	Skala Likert
Pendidikan Kewirausahaan (X1)	Pendidikan kewirausahaan adalah usaha sadar untuk memberikan pengetahuan, pemahaman, dan pelatihan kepada seseorang agar berminat untuk memilih karir sebagai wirausaha.	1.) Kurikulum 2.) Fasilitas belajar mengajar Syaifudin (2017)	6, 7, 9, 10 8 Syaifudin (2017) dalam Maryati (2019)	Skala Likert
Self Efficacy (X2)	Self Efficacy adalah kepercayaan seseorang terhadap kemampuan yang dimilikinya untuk melakukan tindakan tertentu dalam rangka pencapaian akan sesuatu..	1.) Tingkat kesulitan tugas dalam berwirausaha (<i>magnitude</i>) 2.) Kekuatan keyakinan (<i>strength</i>) 3.) Luas bidang perilaku (<i>generality</i>) Bandura (1997)	3, 5 2 1, 4 Bandura (1997) dalam Gelaidan & Abdullateef (2017)	Skala Likert

2. Alat ukur yang digunakan

Variabel penelitian ini diukur dengan menggunakan tiga variabel, yaitu pendidikan kewirausahaan merupakan variabel bebas, efikasi diri merupakan variabel intervening atau mediasi, dan minat berwirausaha merupakan variabel terikat. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert, menurut Sekaran (2017) skala likert didesain untuk mengetahui seberapa kuat subjek setuju ataupun tidak terhadap pertanyaan atau pernyataan yang dibuat oleh peneliti. Dalam penelitian fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti yang selanjutnya disebut variabel penelitian. Kemudian variabel penelitian dijadikan sebagai tolak ukur peneliti dalam membuat pertanyaan atau pernyataan dengan 5 point untuk setiap jawaban, dimulai dari jawaban sangat tidak setuju dengan skor (1) hingga jawaban sangat setuju dengan skor (5).

Tabel 3.2
Skala Likert

Skor	Keterangan
1	Sangat Tidak Setuju
2	Tidak Setuju
3	Netral
4	Setuju
5	Sangat Setuju

G. Uji Kualitas Instrumen dan Data

Instrument yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Instrument yang reliabel adalah instrument yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.

Menurut Sekaran (2017) alat riset yang baik sebaiknya mempunyai validitas dan reliabilitas sebagai ketentuan yang krusial. Pengujian kualitas instrumen dalam penelitian ini menggunakan dua metode yaitu, uji validitas dan uji reliabilitas.

1. Uji Validitas

Menurut Imam Ghazali (2017), uji validitas digunakan untuk melakukan pengukuran sah atau valid tidaknya suatu kuesioner, masih dari Imam Ghazali (2017), suatu kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu dan dapat mengungkapkan variabel yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Pada penelitian ini pengujian validitas instrumen menggunakan program aplikasi AMOS versi 24.0 dengan metode *Confirmatory Factor Analysis* (CFA). Suatu instrumen menghasilkan data yang tidak relevan dengan tujuan yang diadakannya pengukuran dikatakan sebagai instrumen yang memiliki validitas yang rendah. Menurut Ghazali (2017), penelitian melihat dari *loading factor* pada variabel yang diteliti

dengan memperhatikan masing-masing indikator $> 0,5$ maka masing-masing indikator dapat dikatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Imam Ghozali (2017), uji reliabilitas adalah uji untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Masih dari Imam Ghozali (2017), suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten dari waktu ke waktu. Jadi uji reliabilitas berguna untuk menetapkan apakah instrumen, dalam hal ini kuesioner, dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak oleh responden yang sama. Uji reliabilitas untuk alternatif jawaban lebih dari dua menggunakan uji *cronbach's alpha*, yang nilainya akan dibandingkan dengan nilai koefisien reliabilitas minimal yang dapat diterima. Reliabilitas kurang dari 0.6 adalah kurang baik, sedangkan 0.7 dapat diterima, dan lebih dari 0.8 adalah baik. Jika nilai *cronbach's alpha* > 0.6 , maka instrumen penelitian reliabel. Jika nilai *cronbach's alpha* < 0.6 , maka instrumen penelitian tidak reliabel. Pada penelitian ini *cronbach's alpha* yang akan di gunakan adalah sebesar 0,6.

H. Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

Analisis data adalah proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diimplementasikan. Metode yang dipilih untuk menganalisis data harus sesuai dengan pola penelitian dan variabel yang akan diteliti. Untuk menganalisis data digunakan SEM atau Struktur

Equation Modeling yang dioperasikan melalui program AMOS. SEM merupakan suatu teknik modeling statistika yang telah digunakan secara luas dalam ilmu perilaku (behavior science) yang memungkinkan pengujian suatu rangkaian hubungan yang relative kompleks.

Menurut Sugiyono (2018) teknik analisis data adalah proses mengelompokkan data yang berdasarkan variabel dan jenis responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, kemudian melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Analisis data merupakan proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara atau bahan-bahan lainnya, sehingga dapat mudah dipahami dan dapat diinformasikan kepada orang lain. Dalam penelitian ini untuk menguji hipotesis teknik analisis yang digunakan adalah *structural equation modeling* atau SEM yang dioperasikan dengan menggunakan program AMOS. *Structural Equation Modeling* atau SEM adalah gabungan dari dua metode statistik yang terdiri dari analisis faktor (*Faktor Analysis*) yang kemudian dikembangkan ke dalam ilmu psikologi dan psikometri serta model persamaan simultan (*Simulation Equation Modeling*) yang kemudian dikembangkan di ekonometrika.

Ada beberapa langkah dalam menjalankan teknik analisis menggunakan *Structural Equation Modeling* atau SEM menurut Ghazali (2017) yaitu sebagai berikut :

1. Langkah 1 : Pengembangan Model Berdasarkan Teori

Pengembangan model yang terdiri dari beberapa variabel eksogen, variabel endogen dan variabel yang bersifat moderating dan intervening yang diukur dengan menggunakan indikator untuk menguji hubungan kausal antar variabel. Hubungan kausal adalah hubungan keterkaitan antar atau ketergantungan dari dua konsep, gagasan, ide atau permasalahan.

2. Langkah 2 dan 3 : Menyusun Diagram jalur dan Persamaan Struktural

Langkah selanjutnya adalah menyusun hubungan kausalitas dengan diagram jalur dan kemudian menyusun persamaan strukturalnya. Ada dua hal yang harus dilakukan yaitu menyusun struktural dengan menghubungkan antar konstruk laten baik variabel endogen maupun variabel eksogen dan menyusun *measurement model*, yaitu menghubungkan konstruk laten variabel endogen atau eksogen dengan variabel indikator atau manifest. Setelah *measurement model* terspesifikasi kemudian reliabilitas dari indikator ditentukan oleh peneliti.

3. Langkah 4 : Memilih Jenis Input Matrik dan Estimasi Model yang diusulkan

Structural Equation Modeling hanya menggunakan data input berupa matrik varian atau kovarian atau matrik korelasi. Data mentah observasi kemudian dimasukkan ke dalam program AMOS, yang

kemudian diubah secara otomatis dari data mentah menjadi matrik kovarian atau matrik korelasi.

4. Langkah 5 : Menilai Identifikasi Model Struktural

Selama proses estimasi menggunakan program komputer sering didapat hasil estimasi yang tidak logis atau *meangless* dimana hal ini berkaitan dengan masalah identifikasi model struktural. Problem identifikasi adalah ketidakmampuan *proposed model* untuk menghasilkan *uniqu estimati*. Cara melihat ada tidaknya problem identifikasi adalah dengan melihat hasil estimasi yang meliputi : 1) adanya nilai standart error yang besar untuk satu atau lebih koefisien, 2) ketidak mampuan program untuk invert information matrix, 3) nilai estimasi yang tidak mungkin, 4) adanya nilai korelasi yang tinggi ($>0,90$) antar koefisien estimasi. Jika terdapat problem identifikasi maka ada hal yang harus dilihat : 1) besarnya jumlah koefisien yang diestimasi relative terhadap jumla kovarian atau korelasi, 2) digunakan pengaruh timbal balik atau resiprokal antar konstruk atau 3) kegagalan dalam mendapatkan nilai tetap atau nila yang fix pada skala konstruk.

5. Langkah 6 : Menilai Kriteria *Goodness of Fit*

Langkah yang harus dilakukan sebelum menilai kelayakan dari model struktural adalah menilai apakah data yang akan diolah memenuhi asumsi model pemasaran struktural. Lalu melakukan penilaian *overall model fit* dengan berbagai kriteria penilaian model fit.

Goodness of Fit mengukur kesesuaian input obseravasi atau sesungguhnya (matrik kovarian atau korelasi) dengan prediksi dari model yang diajukan (*proposed model*). Ada tiga jenis ukuran *Goodness of Fit* yaitu, mengukur model fit secara keseluruhan (*Absolute Fit Measure*), ukuran untuk membandingkan proposed model dengan model lain yang dispesifikasi oleh peneliti (*Incremental Fit Measure*) dan melakukan adjusment terhadap pengukuran fit untuk dapat diperbadingkan antar model dengan jumlah koefisien yang berbeda (*Parmission Fit Measure*).

6. Langkah 7 : Intepretasi dan Modifikasi Model

Ketika model dinyatakan diterima, maka kemudian peneliti mempertimbangkan modifikasi model untuk memperbaiki penjelasan teoritis atau *Goodness of Fit*. Pengukuran model dilakukan menggunakan *modification indices*, nilai *modification indices* sama dengan terjadinya penurunan Chi Squares jika koefisien diestimasi. Nilai sama dengan atau $> 3,84$ menunjukkan telah terjadi penurunan chi-squares secara signifikan.