

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Objek dan Subjek Penelitian

Objek penelitian adalah variabel atau suatu titik yang menjadi pusat perhatian suatu penelitian (Arikunto, 2010). Objek penelitian merupakan inti dari problematika penelitian. Objek dalam penelitian ini adalah 12 (duabelas) universitas di Daerah Istimewa Yogyakarta yang mempunyai program pascasarjana magister manajemen. Universitas-universitas tersebut adalah Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY), Universitas Gadjah Mada (UGM), UPN Veteran Yogyakarta, Universitas Islam Indonesia (UII), Universitas Ahmad Dahlan (UAD), Universitas Sarjanawiyata Taman Siswa (UST), Universitas Janabadra, Universitas Atma Jaya (UAJ), Universitas Sanata Darma, Universitas Kristen Duta Wacana (UKDW), STIE YKPN dan STIE Widya Wiwaha.

Sedangkan subjek penelitian adalah benda, hal, atau orang yang merupakan tempat dimana variabel melekat

(Sekaran dan Bougie, 2013). Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang sedang menempuh program studi magister manajemen di berbagai universitas yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Populasi adalah suatu wilayah yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sekaran dan Bougie, 2013). Dapat dikatakan bahwa populasi adalah keseluruhan dari subjek penelitian (Arikunto, 2010). Populasi didalam penelitian ini adalah mahasiswa yang mengambil program magister manajemen di UMY, UGM, UPN, UII, UAD, UST, Universitas Janabadra, UAJ, Universitas Sanata Darma, UKDW, STIE YKPN dan STIE Widya Wiwaha dari semester 1 sampai dengan semester 4.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sekaran dan Bougie, 2013). Yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah sebagian dari mahasiswa yang mengambil program magister manajemen di UMY, UGM, UPN, UII, UAD, UST, Universitas Janabadra,

UAJ, Universitas Sanata Darma, UKDW, STIE YKPN dan STIE Widya Wiwaha yang ketika dilakukan pengambilan sampel berada di semester 1-4.

B. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *convenience sampling*, yang merupakan salah satu teknik yang sering digunakan dalam penelitian mengenai kewirausahaan (Krueger *et al*, 2000; Linan *et al*, 2011; de Jorge *et al*, 2012; Karimi *et al*, 2014). *Convenience sampling* mengacu pada pengumpulan informasi dari anggota populasi yang mudah menyediakannya, anggota yang paling mudah diakses dipilih sebagai subjek (Sekaran dan Bougie, 2013). Ukuran sampel yang baik dalam penelitian adalah lebih dari 30 dan kurang dari 500 atau 5 sampai 10 kali dari jumlah variabel indikator yang digunakan (Sekaran dan Bougie, 2013), maka peneliti mengumpulkan jumlah sampel sebanyak 150 sampel.

C. Jenis Data

Dalam penelitian ini jenis data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari hasil kuesioner yang telah

didistribusikan kepada responden yang aktif sebagai mahasiswa magister manajemen dan berkaitan dengan variabel-variabel yang diteliti yaitu sikap, norma subjektif, persepsi pengendalian perilaku dan pengalaman pendidikan.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan metode survei menggunakan kuesioner. Pengiriman kuesioner dalam penelitian ini menggunakan Google *form* (secara *online*) di distribusikan kepada para responden melalui media sosial Instagram dan WhatsApp.

E. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini variabel independen (X) terdiri dari tiga variabel yaitu: sikap, norma subjektif dan persepsi pengendalian perilaku Sedangkan untuk variabel moderasi (Z) adalah pengalaman wirausaha dan untuk variabel dependen (Y) adalah Intensi wirausaha.

Adapun definisi operasional variabel penelitian adalah sebagai berikut:

- 1) Sikap diukur dengan pertanyaan yang diambil dari studi Fishbein dan Ajzen (2010), dimana alat ukur

berdasarkan 5 item pertanyaan dengan 5 poin skala *likert*.

- 2) Norma subjektif yaitu persepsi individu terhadap harapan dari orang-orang yang berpengaruh untuknya. Di ukur dengan pertanyaan yang di ambil dari studi Fishbein dan Ajzen (2010), dimana alat ukur berdasarkan 5 item pertanyaan dengan 5 poin skala *likert*.
- 3) Persepsi pengendalian perilaku adalah persepsi individu mengenai mudah atau sulitnya dalam mewujudkan suatu perilaku tertentu dimana variable ini akan diukur dengan 3 item pertanyaan dari studi yang dikembangkan Ajzen (2005) dengan 5 poin skala *likert*.
- 4) Intensi wirausaha adalah tingkat daya tarik seseorang untuk menciptakan bisnis baru diukur dengan pertanyaan yang diambil dari penelitian Fishbein dan AJzen (2010) dimana alat ukur berdasarkan 3 item pertanyaan dengan 5 poin skala *likert*.

- 5) Mengikuti penelitian sebelumnya, pengalaman wirausaha secara khusus diukur melalui satu item survei yang meminta responden untuk melaporkan apakah memiliki pengalaman wirausaha (Hmieleski dan Baron, 2009). Alat berdasarkan 1 item pertanyaan dengan jawaban Ya/Tidak.

Dalam penelitian ini, sikap yang dimaksud adalah sikap mahasiswa magister manajemen, sedangkan norma subjektif yang dimaksud adalah persepsi mahasiswa magister manajemen mengenai harapan orang-orang yang berpengaruh dalam kehidupannya, dan persepsi pengendalian perilaku adalah persepsi mahasiswa magister manajemen tentang mudah atau sulitnya mewujudkan suatu perilaku, sedangkan untuk pengalaman wirausaha adalah pengetahuan praktik dari mahasiswa magister manajemen mengenai pernah tidaknya melakukan kegiatan wirausaha. Operasional variabel secara ringkas disajikan dalam tabel 3.1.

Tabel 3.1

Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel Penelitian	Indikator
<p>Variabel Independent: Sikap (X_1)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tertarik dengan peluang usaha 2. Berfikir kreatif dan inovatif 3. Berpandangan positif terhadap kegagalan 4. Memiliki jiwa kepemimpinan & tanggung jawab 5. Suka terhadap risiko & tantangan (Fishbein dan Ajzen, 2010)
<p>Variabel Independent: Norma Subjektif (X_2)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dukungan keluarga 2. Dukungan teman 3. Dukungan dosen 4. Dukungan dari pengusaha sukses 5. Dukungan orang yang dianggap penting (Fishbein dan Ajzen, 2010)
<p>Variabel Independent: Persepsi pengendalian perilaku (X_3)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjadi pengusaha mudah dipraktekan 2. Menjadi pengusaha bisa dipelajari 3. Menjadi pengusaha mudah dilakukan (Ajzen, 2005; Fishbein dan Ajzen, 2010)
<p>Variabel Dependent Intensi wirausaha (Y)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Berniat untuk terlibat 2. Berharap untuk terlibat 3. Berencana untuk terlibat (Fishbein dan Ajzen, 2010)
<p>Variabel moderasi Pengalaman wirausaha (Z)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Cukup berpengalaman berwirausaha (Hmieleski dan Baron, 2009)

Dalam penelitian ini, menggunakan skala *Likert* digunakan untuk mengukur setiap pertanyaan yang di berikan kepada responden. Kemudian responden akan memilih salah satu dari pilihan jawaban yang tersedia, masing-masing jawaban diberi skor tertentu. Total skor inilah yang ditafsirkan sebagai posisi responden dalam skala *Likert* (Ferdinand, 2011).

Kriteria pengukurannya adalah sebagai berikut :

1. Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor 1
2. Tidak Setuju (TS) diberi skor 2
3. Netral (N) diberi skor 3
4. Setuju (S) diberi skor 4
5. Sangat Setuju (SS) diberi skor 5

F. Analisis Deskriptif

Analisis statistik deskriptif dilakukan untuk mengetahui dan menjelaskan karakteristik variabel yang diteliti dalam suatu situasi. Analisis deskriptif dimaksudkan untuk mengetahui karakteristik dan tanggapan responden terhadap item-item pertanyaan pada kuesioner. Pada teknik analisis ini seluruh item yang diteliti dideskripsikan dengan

menggunakan nilai rata-rata dan persentase dari skor jawaban responden (Sekaran and Bougie, 2010).

Jawaban responden akan dikelompokkan secara deskriptif statistik dengan mengkategorikan berdasarkan perhitungan interval untuk menentukan masing-masing variabel. Jawaban responden terhadap item-item pertanyaan dalam variabel penelitian akan diketahui melalui nilai indeks. Dimana nilai indeks tersebut diperoleh dari angka rentang skala (RS), adapun rumus untuk menghitung rentang skala (RS) yang dikemukakan oleh Simamora (2002) yaitu sebagai berikut:

$$RS = \frac{m - n}{b} = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

Dimana:

RS = Rentang Skala.

m = Angka maksimal dari poin skala dalam kuesioner.

n = Angka minimum dari poin skala dalam kuesioner.

b = Jumlah poin skala dala kuesioner.

Hasil dari perhitungan rentang skala tersebut akan digunakan sebagai dasar interpretasi penilaian rata-rata untuk setiap indikator pada variabel penelitian. Penilaian tersebut dimuat dalam bentuk indeks rata-rata yang telah dimodifikasi dari Simamora (2002), yaitu sebagai berikut:

1. Nilai indeks antara 1,00-1,79 dikategorikan sangat rendah atau sangat buruk.
2. Nilai indeks antara 1,80-2,59 dikategorikan rendah atau buruk.
3. Nilai indeks antara 2,60-3,39 dikategorikan cukup atau sedang.
4. Nilai indeks antara 3,40-4,19 dikategorikan tinggi atau baik.
5. Nilai indeks antara 4,20-5,00 dikategorikan sangat tinggi atau baik sekali.

G. Uji Kualitas Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas (*validity*) dimaksudkan untuk menguji kualitas kuesioner. Kuesioner yang baik adalah kuesioner yang dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji validitas dilakukan dengan

mengkorelasikan masing-masing pertanyaan dengan jumlah skor untuk masing-masing variabel. Menurut Ghozali (2011), uji validitas adalah untuk mengetahui sah tidaknya instrumen kuesioner yang digunakan dalam pengumpulan data. Uji validitas ini dilakukan untuk mengetahui apakah item-item yang tersaji dalam kuesioner benar-benar mampu mengungkapkan dengan pasti apa yang akan diteliti. Menilai kevalidan masing-masing butir pertanyaan dapat dilihat dari nilai *productmoment pearson* masing-masing butir pertanyaan. Dalam penelitian pengujian kualitas data yang sering dilakukan adalah uji validitas untuk validitas konstruk (*construct validity*). Data dikatakan valid jika $P < 0,05$ atau $< 5\%$ (Ghozali, 2011).

2. Uji Reliabilitas

Suatu kuesioner dikatakan handal atau reliabel jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2011). Uji reliabilitas dimaksudkan untuk menguji kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk.

Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan untuk lebih dari satu variabel, namun sebaiknya uji reliabilitas dilakukan pada masing-masing variabel pada lembar kerja yang berbeda sehingga dapat diketahui konstruk variabel mana yang tidak reliabel.

Uji reliabilitas dilakukan dengan uji statistik *Cronbach alpha* (α). jika nilai koefisien alpha > 0.70 maka disimpulkan bahwa instrumen penelitian tersebut handal atau reliabel (Ghozali, 2011).

H. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen dan independen keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak (Ghozali, 2011). Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal.

Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya. Untuk

jumlah sampel data yang cukup banyak, uji normalitas dapat dengan cara melihat distribusi dari variabel-variabel yang akan diteliti. Secara statistik ada dua komponen normalitas yaitu skewness dan kurtosis. Pada penelitian ini penulis menguji signifikansi salah satu komponen tersebut yaitu skewness dengan cara:

$$Z_{\text{skew}} = \frac{S - 0}{\sqrt{6/N}}$$

Dimana:

S : nilai skewness

N : jumlah kasus

Nilai Z ini akan dibandingkan dengan nilai kritis yaitu untuk alpha 0,05 nilai kritisnya ± 1.96 .

I. Analisis Regresi

Pengujian terhadap hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda (*Multiple Regression*). Analisis regresi berganda digunakan untuk menguji pengaruh sikap, norma subjektif dan persepsi pengendalian perilaku, sedangkan variabel terikat adalah intensi wirausaha.

a) Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2011). Jika koefisien determinasi (R^2) bernilai nol berarti variabel independen sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Jika koefisien determinasi (R^2) semakin mendekati satu, maka dapat dikatakan bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

b) Uji Statistik F

Untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat, digunakan uji F. Apabila $p > 0.05$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, demikian sebaliknya. Nilai signifikansi $F = 0,000$. Jadi $p < 5\%$ ($0.000 < 0.05$). Artinya bahwa variabel sikap (X1), norma subjektif (X2), persepsi pengendalian perilaku (X3) dikatakan berpengaruh secara serempak dan signifikan terhadap variabel intensi wirausaha (Y).

c) Uji Statistik t

Uji statistik t digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh sikap, norma subjektif dan persepsi pengendalian perilaku secara individual terhadap intensi wirausaha. Dalam uji t, apabila angka probabilitas signifikansi < 0.05 , maka hipotesis diterima.

J. Analisis Sub-Kelompok

analisis sub-kelompok digunakan untuk mengidentifikasi ada tidaknya jenis moderator. Analisis ini dilakukan dengan memecah sample menjadi dua sub-kelompok atas dasar variabel yang dihipotesiskan sebagai moderator. Setelah observasi dibagi menjadi dua sub-kelompok, selanjutnya dilakukan uji regresi masing-masing sub-kelompok. Untuk menentukan apakah terdapat variabel moderator, beberapa peneliti membandingkan nilai koefisien determinasi (R^2) masing-masing regresi. Regresi yang memiliki nilai R^2 lebih tinggi dianggap memiliki nilai prediktif yang lebih baik (Ghozali, 2018).