

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Tempat Penelitian

3.1.1. Waktu Penelitian

Waktu yang dibutuhkan peneliti agar memperoleh data yang dibutuhkan yakni dengan kurun waktu enam bulan dihitung dari Januari 2022 hingga Juli 2022. Penelitian ini dilakukan dengan mengamati topik penelitian, mengajukan proposal penelitian, mengolah tes instrumen, dan menyebarkan angket, pengolahan data dan analisis data.

3.1.2. Tempat Penelitian

Penelitian dilaksanakan pada DKI Jakarta. Peneliti melakukan pemilihan tempat tersebut dikarenakan sudah mengetahui beberapa isu yang berdampak terhadap minat kewirausahaan mahasiswa di Jakarta dalam survei pendahuluan yang telah di lakukan di sana sehingga peneliti dapat fokus melakukan penelitian di tempat tersebut.

3.2. Desain Penelitian

Menurut Sugioyo pada Nana dan Elin (2018) metode penelitian merupakan sebuah tahapan ilmiah dalam mengumpulkan data yang dapat dipercaya tujuannya adalah untuk menemukan, memajukan, dan menunjukkan kebenaran pengetahuan khusus yang mana pada akhirnya bisa diterapkan dalam mengatasi, memahami, serta meramalkan permasalahan. Metode penelitian kuantitatif melalui pendekatan deskriptif serta korelasional digunakan dalam penelitian yang dilakukan. Penelitian deskriptif dilakukan melalui pencarian data atau informasi mengenai gejala-gejala yang ditunjukkan, menyatakan dengan jelas hasil yang diinginkan, melakukan perencanaan terhadap cara mencapainya, serta melakukan pengumpulan berbagai data sebagai bahan laporan (Jayusman & Shavab, 2020). Menurut Sukardi dalam Solaiman et al.

(2021) tujuan utama berdasarkan kegiatan penelitian korelasi yakni sebagai upaya menganalisis apakah ada keterkaitan dari dua variabel atau lebih, dan ke arah mana kaitan tersebut apakah positif atau negative dan seberapa jauh dua atau lebih variabel terkait bisa diukur. Penelitian kuantitatif merupakan sebuah penelitian yang menciptakan beberapa penemuan yang bisa dilakukan pencapaian melalui penggunaan beberapa tahapan statistik ataupun tahapan pengukuran kuantitatif lain. Penelitian kuantitatif lebih menitikberatkan pada gejala atau fenomena dalam kehidupan manusia yang memiliki ciri-ciri tertentu, yang disebut variabel. Metode kuantitatif untuk menganalisis sifat hubungan antar variabel dengan menggunakan teori objektif (Jaya, 2020). Metode penelitian kuantitatif dipilih karena dalam penelitian ini akan menguji teori-teori objektif dengan memeriksa hubungan antar variabel dengan menggunakan data yang bersifat kuantitatif atau dapat diukur dan dapat dianalisis dengan menggunakan prosedur statistik.

Dalam penelitian ini peralayan yang diterapkan saat pengumpulan data adalah survei. Peneliti memanfaatkan kuesioner yang dijadikan instrumen penelitian lalu menyebarkan kuesioner kepada responden. Menurut Rohmantunisa et al. (2020) penelitian survei merupakan penelitian dengan menarik *sample* yang berasal berdasarkan suatu populasi serta memanfaatkan kuesioner yang dijadikan instrumen dalam mengumpul data utama. Peneliti memilih alat berupa survei karena dapat mendeskripsikan secara detail riwayat seorang individu terkait variabel yang akan diujikan peneliti. Variabel-variabel yang diuji, yakni minat berwirausaha, pendidikan kewirausahaan dan penggunaan media sosial.

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Berdasarkan pendapat dari Sugiyono yang terdapat di Hermawan (2019) populasi merupakan bidang umum yang mencakup objek ataupun subjek dengan karakteristik dan kualitas khusus diidentifikasi oleh peneliti agar bisa dikaji serta dilakukan penarikan kesimpulan. Populasi bukanlah hanya berupa

total objek maupun subjek yang dikaji, melainkan mencakup semua ciri ataupun sifat milik objek maupun subjek tersebut.

Berdasarkan pengertian di atas populasi yang digunakan di penelitian yang diselenggarakan peneliti berupa mahasiswa yang aktif dari berbagai Universitas di kawasan Jakarta. Jenis populasi yang dilakukan penelitian yaitu populasi *infinite* dimana berarti total populasinya tak bisa diidentifikasi (tidak terbatas). Dengan artian peneliti tak mengetahui secara tepat total mahasiswa di DKI Jakarta.

3.3.2. Sampel

Sugiyono dalam Andika (2019) mendefinisikan sampel adalah sebuah komponen berdasarkan ciri-ciri milik populasi. Dalam mengambil sampel di kegiatan penelitian menggunakan teknik bernama *non-probability sampling*. Teknik pengambilan sampel *non-probability sampling* merupakan sebuah teknik dalam mengambil sampel yang tak memberi kesamaan peluang kepada setiap elemen ataupun anggota populasi agar dapat dipilih sebagai sampel. (Hermawan, 2019). Berdasarkan teknik yang dipilih peneliti yaitu *non-probability sampling* maka peneliti menggunakan teknik mengambil sampel berupa *purposive sampling*. Berdasarkan Hermawan (2019) teknik *purposive sampling* merupakan suatu teknik pengambilan sampel melalui mempertimbangkan suatu hal khusus dimana hanya responden yang memenuhi syarat yang bisa dijadikan sampel penelitian. Sampel yang digunakan pada penelitian yang dilaksanakan yakni :

1. Mahasiswa aktif berdasarkan berbagai Universitas yang ada pada Jakarta
2. Berusia 18 – 24 tahun
3. Telah atau sedang menempuh mata kuliah kewirausahaan
4. Aktif dalam menggunakan media sosial.

Dengan demikian tidak semua populasi memiliki peluang agar dipilih menjadi sampel.

Total sampel yang dimanfaatkan pada penelitian merujuk pada kriteria yang diajukan oleh Hair et al. (2010) memaparkan jika pada prinsipnya jumlah sampel harus 100 atau lebih dan jumlah sampel minimal 5 kali dan akan lebih mudah diterima jika jumlah sampel 10 kali jumlah indikator yang akan diteliti dan dianalisis dengan rasio 10:1. Rumus menentukan sampel yang dikemukakan oleh Hair et al. telah digunakan didalam banyak penelitian dengan teknik analisis sama yang diterapkan pada penelitian yaitu analisa regresi linear berganda, diantaranya yaitu penelitian yang dilakukan oleh Herlambang dan Komara (2021) serta penelitian yang dilaksanakan Finthariasari et al. (2020). Dengan demikian total sampel pada kegiatan penelitian dipilih melalui banyaknya indikator x 10 yaitu $35 \times 10 = 350$ sampel .

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian yang dilaksanakan peneliti menerapkan tiga variabel yakni berupa X1 serta X2 berupa variabel independen (bebas) serta Y berupa variabel dependen (terikat). Ningrum et al. (2018) menjelaskan bahwa variabel dependen merupakan sebuah variabel yang memiliki pengaruh berdasarkan variabel independen, disisi lain variabel independen merupakan variabel yang memberikan pengaruh terhadap variabel dependen. Variabel dependen pada kegiatan penelitian yakni berupa minat berwirausaha (Y). Variabel independen dalam penelitian ini adalah pendidikan kewirausahaan (X1) dan media sosial (X2). Penelitian dilakukan secara online dengan memanfaatkan *Google Form* dan dibagikan dengan media sosial dikarenakan untuk mempercepat waktu penelitian. Penelitian menggunakan 5 poin skala *likert* satu = sangat tidak setuju hingga lima = sangat setuju.

3.5. Pengembangan Instrumen

3.5.1. Minat Berwirausaha (Variabel Y)

a. Definisi Konseptual

Minat berwirausaha merupakan sebuah kondisi yang mana seorang individu memberikan perhatian dan keinginan terhadap suatu hal serta melakukan upaya kreatif dan inovatif untuk mencari peluang dan meningkatkan kehidupan. Minat berwirausaha dapat bermula dari pemahaman dan pengetahuan seseorang tentang kegiatan usaha.

b. Definisi Operasional

Indikator yang dimanfaatkan sebagai upaya pengukuran minat dalam melakukan wirausaha, yaitu :

- 1) *Choice intention* didefinisikan sebagai individu yang lebih memilih untuk menjadi wiraswasta daripada menjadi karyawan bergaji.
- 2) *Commitment to an entrepreneurial career* berpandangan bahwa minat merupakan pilihan melalui komitmen serta ditandai dengan pola pikir bahwa memiliki fokus dalam menciptakan usaha bisnis.
- 3) *Nascent entrepreneurship* adalah perubahan dari komitmen ke tahap awal kegiatan bisnis yang terkait dengan upaya awal membangun sebuah usaha atau kegiatan bisnis.

c. Kisi – Kisi Instrumen Minat Berwirausaha

Dalam pengukuran variabel minat berwirausaha, peneliti memanfaatkan adaptasi indikator berdasarkan Vamvaka et al. (2020). Skala tersebut dilakukan pengukuran melalui lima poin skala *likert*. Satu = sangat tidak setuju hingga lima = sangat setuju.

Tabel 3. 1 Instrumen Minat Berwirausaha

Variabel	Indikator	Pernyataan Asli	Pernyataan Serapan
Minat Berwirausaha	<i>Choice intention</i>	1. <i>I would rather own my own business than earn a higher salary employed by someone else.</i>	Saya lebih suka memiliki bisnis sendiri daripada mendapatkan gaji yang lebih tinggi dengan dipekerjakan oleh orang lain.

Commitment to an entrepreneurial career

2. *I would rather own my own business than pursue another promising career.* Saya lebih suka memiliki bisnis sendiri daripada mengejar karir lain yang menjanjikan.

3. *I am willing to make significant personal sacrifices in order to stay in business* Saya bersedia melakukan pengorbanan pribadi yang signifikan untuk bertahan dalam bisnis

4. *I would work somewhere else only long enough to make another attempt to establish my business.* Saya akan bekerja di tempat lain hanya cukup lama untuk melakukan upaya lain untuk membangun bisnis saya.

1. *My professional goal is to become an entrepreneur* Tujuan profesional saya adalah menjadi pengusaha

2. *I will make every effort to start and run my own firm (business)* Saya akan melakukan usaha secara maksimal dalam menjalankan atau memulai usaha (bisnis) saya sendiri

3. *I am determined to create a firm (business venture) in the future.* Saya memiliki tekad dalam menciptakan perusahaan (usaha bisnis) pada masa mendatang.

4. *I have very seriously thought of starting a firm.* Saya memiliki pemikiran yang sangat serius untuk memulai sebuah perusahaan.

5. *I consider it to be very likely that in the future I will be running my own firm.* Saya menganggap sangat mungkin bahwa di masa depan saya akan menjalankan perusahaan saya sendiri.

6. *I plan to launch my own business someday* Saya berencana untuk meluncurkan bisnis saya sendiri suatu hari nanti

Nascent entrepreneurship

1. *I read books on how to set up a firm.* Saya membaca buku tentang cara mendirikan perusahaan.

-
- | | |
|---|--|
| 2. <i>I spend time learning about starting a firm.</i> | Saya menghabiskan waktu untuk belajar tentang memulai sebuah perusahaan. |
| 3. <i>I attend seminars and conferences that focus on a "start your own business planning."</i> | Saya menghadiri seminar dan konferensi yang berfokus pada "memulai perencanaan bisnis Anda sendiri". |
| 4. <i>I participate in seminars that focus on writing a business plan.</i> | Saya mengikuti seminar yang fokus pada penulisan rencana bisnis. |
-

Sumber : Data diolah oleh Peneliti (2022)

3.5.2. Pendidikan Kewirausahaan (Variabel X1)

a. Definisi Konseptual

Pendidikan kewirausahaan merupakan sebuah pembelajaran dan pelatihan tentang seluruh kegiatan wirausaha yang mampu membuat peserta didik berpikir kreatif dan inovatif sehingga mampu mengidentifikasi dan mengevaluasi peluang usaha yang nantinya akan memberikan manfaat bagi diri sendiri ataupun orang lain.

b. Definisi Operasional

Indikator yang digunakan untuk mengukur pendidikan kewirausahaan yaitu :

- 1) *Opportunity recognition* merupakan pembentukan keyakinan yang dapat diterjemahkan ke dalam tindakan untuk memahami sinyal perubahan (informasi baru tentang kondisi baru) dan menanggapi perubahan tersebut.

- 2) *Entrepreneurship knowledge acquisition* merupakan tindakan dan kegiatan dimana pengusaha atau perusahaan memperoleh pengetahuan tentang kewirausahaan dari lingkungan eksternalnya.

c. Kisi-Kisi Instrumen Pendidikan Kewirausahaan

Dalam melakukan pengukuran variabel pendidikan kewirausahaan, peneliti memanfaatkan indikator adaptasi berdasarkan Puni et al. (2018). Skala demikian dilakukan pengukuran berdasarkan lima poin skala *likert*. Satu = sangat tidak setuju hingga lima = sangat setuju.

Tabel 3. 2 Instrumen Pendidikan Kewirausahaan

Variabel	Indikator	Penyataan Asli	Pernyataan Serapan
Pendidikan kewirausahaan	<i>Opportunity recognition</i>	1. <i>Through the Entrepreneurship course, I learn methods to generate basic business ideas.</i>	Melalui mata kuliah kewirausahaan saya belajar metode untuk menghasilkan ide bisnis dasar.
		2. <i>The entrepreneurial course enhances my ability to better perceive business opportunities in my environments.</i>	Mata kuliah kewirausahaan meningkatkan kemampuan saya untuk lebih memahami peluang bisnis di lingkungan saya.
		3. <i>The entrepreneurship course has empowered me to solve economic and social problems in my environments for a fee.</i>	Mata kuliah kewirausahaan telah memberdayakan saya untuk memecahkan masalah ekonomi dan sosial di lingkungan saya dengan biaya tertentu.

<i>Entrepreneurship knowledge acquisition</i>	<p>1. <i>The entrepreneurship course enables me to identify the characteristics of successful entrepreneurs (e.g. risk taking, proactivity, innovativeness etc.).</i></p>	<p>Mata kuliah kewirausahaan memungkinkan saya untuk mengidentifikasi karakteristik pengusaha sukses (misalnya : pengambilan resiko, proaktif inovasi, dll).</p>
	<p>2. <i>Entrepreneurial education increases my awareness of the different forms of businesses that I can set-up (i.e. Sole proprietorship, partnership, etc.).</i></p>	<p>Mata kuliah kewirausahaan meningkatkan kesadaran saya tentang berbagai bentuk bisnis yang dapat saya dirikan (misalnya : kepemilikan tunggal, kemitraan, dll.).</p>
	<p>3. <i>I have acquired the skills, knowledge and competencies needed to establish, develop and manage a new business from the entrepreneurship course.</i></p>	<p>Saya telah memperoleh keterampilan, pengetahuan dan kompetensi yang dibutuhkan untuk membangun, mengembangkan dan mengelola bisnis baru dari mata kuliah kewirausahaan.</p>

Sumber : Data diolah oleh Peneliti (2022)

3.5.3. Penggunaan Media Sosial (Variabel X2)

a. Definisi Konseptual

Penggunaan media sosial adalah kegiatan untuk memanfaatkan suatu media online yang bisa memberikan kemudahan pengguna agar saling berkomunikasi, membagikan informasi sekaligus membuat dan mengunggah suatu konten.

b. Definisi Operasional

Penggunaan indikator dalam pengukuran penggunaan media sosial, yaitu :

- 1) *Intention to use*, merupakan niat pengusaha dalam menggunakan media sosial.
- 2) *Performance expectancy*, ekspektasi kinerja terkait dengan persepsi pengusaha tentang apakah penggunaan media sosial.
- 3) *Effort expectancy*, ekspektasi usaha terkait dengan persepsi pengusaha tentang mudah atau sulitnya menggunakan media sosial untuk usahanya.
- 4) *Social influences*, faktor sosial terkait dengan persepsi pengusaha tentang apa yang diyakini atau dipikirkan oleh “orang lain” dalam menggunakan media sosial.

c. Kisi – Kisi Instrumen Penggunaan Media Sosial

Dalam melakukan pengukuran variabel penggunaan media sosial, peneliti menggunakan indikator-indikator yang diadaptasi dari Turan dan Kara (2018). Skala tersebut dilakukan pengukuran berdasarkan lima poin skala *likert*. Satu = sangat tidak setuju hingga lima = sangat setuju.

Tabel 3. 3 Instrumen Penggunaan Media Sosial

Variabel	Indikator	Pernyataan Asli	Pernyataan Serapan
Media Sosial	<i>Intention to use</i>	1. <i>I predict I would use online social media in my business more in the future</i>	Saya memperkirakan saya akan lebih banyak menggunakan media sosial dalam bisnis saya di masa depan
		2. <i>I plan to use online social media in my business more in the future</i>	Saya berencana untuk menggunakan media sosial dalam bisnis saya lebih banyak di masa depan

-
- | | | |
|----|--|---|
| 3. | <i>I intend to use online social networks in setting up a business</i> | Saya bermaksud menggunakan media sosial dalam mendirikan bisnis |
|----|--|---|

- | | | |
|----|--|--|
| 4. | <i>I intend to use online social media in my business more in the future</i> | Saya berniat untuk menggunakan media sosial dalam bisnis saya lebih banyak di masa depan |
|----|--|--|

Performance expectancy

- | | | |
|----|--|--|
| 1. | <i>Using online social networks increases the effective use of time in handling my tasks</i> | Menggunakan media sosial meningkatkan penggunaan waktu yang efektif dalam menangani tugas saya |
|----|--|--|

- | | | |
|----|--|---|
| 2. | <i>Using online social networks enables me to accomplish my tasks more quickly</i> | Menggunakan media sosial memungkinkan saya menyelesaikan tugas saya lebih cepat |
|----|--|---|

- | | | |
|----|--|--|
| 3. | <i>Using online social networks increases the quality of my output at minimal effort</i> | Menggunakan media sosial meningkatkan kualitas hasil saya dengan sedikit usaha |
|----|--|--|

Effort expectancy

- | | | |
|----|--|---|
| 1. | <i>I find it easy to get online social networks to do what I want it to do</i> | Saya merasa mudah untuk membuat media sosial melakukan apa yang saya inginkan |
|----|--|---|

- | | | |
|----|--|--|
| 2. | <i>Learning to use online social networks is easy for me</i> | Belajar menggunakan media sosial itu mudah bagi saya |
|----|--|--|

- | | | |
|----|--|---|
| 3. | <i>I am skillful at using online social networks</i> | Saya mahir dalam menggunakan media sosial |
|----|--|---|
-

4. *I have the knowledge necessary to use online social networks* Saya memiliki pengetahuan yang diperlukan untuk menggunakan media sosial

5. *It is easy to try online social networks* Sangat mudah untuk mencoba media sosial

Social influences

1. *People who influence my behavior think that I should use online social networks* Orang yang mempengaruhi perilaku saya berpikir bahwa saya harus menggunakan media sosial

2. *People who are important to me think that I should use online social networks* Orang-orang yang penting bagi saya berpikir bahwa saya harus menggunakan media sosial

3. *Peers are helpful in the use of online social networks* Teman sebaya sangat membantu dalam penggunaan media sosial

Sumber : Data diolah oleh Peneliti (2022)

3.6. Teknik Pengumpulan Data

Penggunaan data pada kegiatan penelitian yakni berupa data sekunder dan primer. Data primer merupakan sebuah data yang pengumpulannya langsung dilakukan peneliti di lapangan sedangkan data sekunder yakni merupakan data yang tidak dikumpulkan peneliti dengan langsung atau dengan perantara tangan kedua (Indrasari, 2020). Pada kegiatan penelitian ini untuk mendapatkan data primer peneliti melakukan penyebaran kuesioner pada responden sedangkan data sekunder yang dimanfaatkan peneliti yakni berwujud laporan, dokumentasi, jurnal, portal berita dan publikasi yang lainnya. Alat yang dimanfaatkan untuk melakukan pengumpulan data yakni

survei. Sedangkan instrumen yang dimanfaatkan dalam mengumpulkan data yakni kuesioner. Kuesioner disebar ke mahasiswa aktif Universitas yang ada di DKI Jakarta yang sedang atau sudah memenuhi mata perkuliahan kewirausahaan serta aktif dalam menggunakan media sosial.

Alat ukur yang dimanfaatkan pada kegiatan penelitian yakni berupa skala *likert*. Skala *likert* adalah suatu skala yang biasanya dimanfaatkan sebagai menilai pendapat, sikap maupun persepsi seorang individu mengenai fenomena maupun kasus yang berada di public atau yang sedang dialami (Hidayat, 2021). Angka yang dimanfaatkan pada skala *likert* di kegiatan penelitian ini antara angka satu hingga lima, karena angka dianggap sebagai alat ukur survey yang paling familiar dan banyak digunakan di Indonesia. Setiap responden diminta untuk menyampaikan pendapat dan pandangannya atas pernyataan yang disampaikan. Jawaban setiap pernyataan terdiri berdasarkan lima kategori yang mana berupa sangat tidak setuju sampai sangat setuju.

3.7. Teknik Analisis Data

3.7.1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan suatu alat penelitian yang dapat dikatakan valid bila setiap pertanyaan dalam kuesioner dapat dipakai dalam memberikan ungkapan terhadap apa yang akan dilakukan pengukuran dalam kuesioner yang digunakan (Dewi & Sudaryanto, 2020). Pada kegiatan pengujian validitas dilaksanakan melalui penggunaan sebuah program SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) 25. Kriteria pengujian skor item terhadap skor secara keseluruhan dapat dinyatakan valid jika tingkat signifikansi p-value bernilai kurang berdasarkan taraf nyata α ($p\text{-value} < 0,05$), dan dapat dinyatakan sangat valid bila nilai p-value jauh cenderung lebih sedikit bila dibandingkan dengan α (Hair et al., 2014).

b. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas adalah prosedur pengujian statistik yang dianggap terkait dengan konsistensi data yang diukur berdasarkan hasil penelitian. Kuesioner dianggap bisa diandalkan bila responden memberikan tanggapan dengan stabil atau pernyataan dengan konsisten dari waktu ke waktu (Hair et al., 2014). Untuk menguji reliabilitas pada kegiatan penelitian ini perhitungan akan dilaksanakan dengan memanfaatkan sebuah program *software* bernama *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) 25. Suatu data dianggap reliabel bila *cronbach's alpha* bernilai > 0.6 yang mana bila dikalkulasikan sebesar 6% (Hair et al., 2014). Berikut merupakan kriteria pengujian reliabilitas :

- a) Jika *cronbach's alpha* bernilai dengan rentang 0,80 sampai dengan 1,0 dapat dikatakan reliabilitas baik.
- b) Jika *cronbach's alpha* bernilai dengan rentang 0,60 sampai dengan 0,79 dapat dikatakan reliabilitas bisa diterima.
- c) Jika *cronbach's alpha* bernilai $< 0,60$ dapat dikatakan reliabilitas tak baik/buruk.

3.7.2. Uji Asumsi Klasik

Model regresi yang diterapkan sebagai pengujian hipotesis diharuskan dapat melakukan pemenuhan atas asumsi klasik dengan tujuan supaya model regresi dijadikan sebagai model yang semakin representative (Prena & Muliyan, 2020). Uji asumsi klasik pada penelitian ini menggunakan uji linieritas, uji heteroskedastisitas, uji normalitas, uji multikolinieritas, serta uji auto korelasi.

a. Uji Normalitas

Tujuan dari uji normalitas adalah untuk mendeteksi apakah variabel pengganggu atau residual berdistribusi normal pada model regresi. Analisis statistik dilaksanakan melalui peninjauan berdasarkan nilai *kolmogorov smirnov*. Bila *kolmogorov smirnov* bernilai melebihi 0,05 ($> 0,05$), menandakan bahwa data terdistribusi normal, kebalikannya bila kurang dari angka 0,05 ($< 0,05$), menandakan bahwa data tak terdistribusi normal.

Model regresi dapat dikatakan baik dengan syarat mempunyai nilai asumsi residu yang terdistribusi secara normal (Ghozali, 2018).

b. Uji Linieritas

Uji linieritas dilakukan dengan tujuan sebagai upaya mengidentifikasi serta membuktikan apakah hubungan antar variabel yang sedang diteliti memiliki kaitan linier. Uji linieritas dilaksanakan memakai *curve estimate* yang merupakan penggambaran terhadap hubungan yang linier berdasarkan variabel X dan variabel Y. Hubungan antar variabel dikatakan linier apabila nilai Sig. From Linearity cenderung lebih sedikit atau sama dengan 0.05 (Bungsu et al., 2019).

c. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilaksanakan agar dapat melakukan pengujian terhadap ada tidaknya korelasi yang terjadi antar variabel bebas pada suatu model regresi. Dalam model regresi dinyatakan baik dengan syarat tak boleh ada korelasi yang terjadi antar variabel bebas. Untuk menilai apakah ada multikolinearitas bisa ditinjau berdasarkan nilai *tolerance* dan nilai *Variance Inflation Factor (VIF)*. (Kambono & Marpaung, 2020). Menurut Hair et al. (2010) nilai VIF yang direkomendasikan harus <10 serta *tolerance* harus bernilai $>0,10$. Apabila sudah sesuai kriteria menandakan tidak adanya masalah pada multikolinearitas.

d. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan uji heteroskedastisitas adalah sebagai menentukan apakah ada ketidaksamaan varians yang konstan di suatu residual berdasarkan satu observasi pada observasi lain di dalam model. Jika nilainya tetap maka dinyatakan homoskedastis tetapi bila menunjukkan perbedaan dinyatakan heteroskedastis. Suatu model dinyatakan baik bila model tak terdapat heteroskedastisitas. (Kambono & Marpaung, 2020). Salah satu upaya dalam menguji terjadinya heteroskedastisitas yakni melalui peninjauan *scatterplot* penyebaran titik antara nilai variabel dependen pada sumbu y dan nilai residual pada sumbu x. Dasar dalam melakukan analisis terhadap ada atau tak adanya heteroskedastisitas yakni melihat pola sebaran titik-

titik. Jika tak terdapat pola khusus pada titik-titik dan titik-titik cenderung tersebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu y maka dapat disimpulkan jika tak ada heterokedastisitas (Ghozali, 2018). Cara lain yang dapat dilakukan untuk melihat ada atau tak adanya heterokedastisitas adalah yakni dengan melaksanakan uji *rank spearman*. Dengan kriteria apabila nilai signifikansi >0.05 sehingga bisa ditarik kesimpulan jika tak terjadi heterokedastisitas (Gujarati, 2012).

e. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan dalam pengujian apakah terdapat korelasi antara *confounding error* yang ada di periode ke t melalui kesalahan yang terdapat di periode t-1 (sebelumnya) pada sebuah model regresi linier. Bila terdapat korelasi, bisa disebut sebagai masalah autokorelasi (Hayati & Fitria, 2018). Uji autokorelasi dapat dilaksanakan melalui menjalankan uji *run test*. Keputusan dibuat melalui peninjauan nilai asymp. sig (2-tailed) uji *run test*. Jika nilai asymp. sig (2-tailed) cenderung lebih besar berdasarkan tingkatan signifikansi 0,05 bisa diambil kesimpulan bahwa tak ada autokorelasi (Ghozali, 2006).

3.7.3. Analisis Regresi Linier Berganda

Uji statistik yang diterapkan pada penelitian ini yaitu analisis regresi linear berganda. Analisis regresi berganda merupakan sebuah teknik statistik yang bisa dimanfaatkan dalam menganalisis hubungan antara variabel terikat tunggal (kriteria) dengan variabel bebas ganda (prediktor). Tujuan dilakukannya analisis regresi berganda yakni memanfaatkan variabel bebas yang telah diketahui nilainya dalam melakukan prediksi sebuah tanggungan tunggal yang ditentukan peneliti (Hair et al., 2014).

Rumus yang diterapkan berdasarkan total variabel yang dikaji. Adapun rumus analisis linier berganda yang dikutip dalam Hair et al. (2014) yakni berikut ini :

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana :

Y = Variabel terikat. Pada penelitian ini variabel terikatnya yaitu minat berwirausaha

X = Variabel bebas. Pada penelitian ini variabel bebasnya yaitu pendidikan kewirausahaan serta penggunaan media sosial.

α = Konstanta (nilai Y jika $X_1, X_2, \dots, X_n = 0$)

b = Koefisien regresi (nilai penurunan atau peningkatan)

e = error

3.7.4. Uji Hipotesis

Pada kegiatan penelitian ini uji hipotesa diolah dengan dengan memanfaatkan uji T, uji F dan uji R^2 (Koefisien determinasi) melalui penggunaan software SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*).

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji-t pada sebenarnya mewakili nilai yang memberikan pengukuran atas kekuatan hubungan antara standar atau variabel dependen serta variabel independen tunggal saat dampak berdasarkan variabel independen lainnya pada model ditetapkan konstan. Sehingga dengan demikian, uji-t digunakan dalam melakukan pengujian setiap variabel dengan parsial. Kriteria uji-t adalah bahwa variabel independen sendiri memberikan pengaruh yang signifikan pada variabel dependen bila nilai signifikansinya $< 0,05$ (Hair et al., 2014).

b. Uji Simultan (Uji f)

Uji f bertujuan agar dapat tahu hipotesis dengan bersama atau simultan antara variabel X_1 dan X_2 terhadap Y (Setiawan, 2018). Dasar analisis uji f statistik adalah agar dapat membandingkan nilai f hitung dengan f tabel, H_0 ditolak serta hipotesis alternative diterima bila f hitung

lebih besar dari f tabel. Selain itu dapat membandingkan nilai signifikansi pada tabel ANOVA melalui nilai signifikansi ditetapkan sejumlah 0,05, jika signifikan bernilai $< 0,05$ akan menolak H_0 , maksudnya variabel independen memberikan pengaruh pada variabel dependen dengan bersamaan (Ghozali, 2018).

c. Koefisien Determinasi (R-Square)

Koefisien determinasi (R^2) dimanfaatkan dalam pengukuran proporsi perubahan variabel dependen, yang berarti apa yang dipaparkan variabel independen atau variabel prediktor. Bila model regresi ditetapkan dengan benar serta dapat diprediksi, peneliti bisa memberikan asumsi jika nilai R^2 semakin tinggi, maka menyebabkan semakin besarnya kekuatan penjelas persamaan regresi sekaligus semakin baiknya prediksi dependensi. (Hair et al., 2014).

