

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Tempat Dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Peneliti akan melaksanakan penelitian pada mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta Angkatan 2018 yang beralamat di Jl. Rawamangun Muka, Jakarta Timur 13220, Telp/fax: (021) 4721227/ (021) 4706285.

2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian dilaksanakan selama 3 (tiga) bulan dimulai dari Juni 2022 sampai Agustus 2022. Pengambilan waktu dalam penelitian dipilih karena pada waktu tersebut adalah waktu yang paling efektif bagi peneliti dan peneliti sudah tidak disibukkan dengan kegiatan perkuliahan. Sehingga peneliti dapat fokus dalam melakukan penelitian.

B. Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan suatu cara atau teknik yang digunakan oleh seorang peneliti untuk membantu menyelesaikan suatu penelitian dengan mengetahui langkah-langkah mengenai bagaimana suatu penelitian dilakukan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang signifikan dari pemanfaatan sosial media, motivasi berwirausaha, dan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa

Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Metode yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif.

Menurut Sugiyono (2013) pendekatan metode kuantitatif merupakan metode penelitian yang merujuk pada filsafat positivisme untuk meneliti populasi dan sampel tertentu serta data yang dikumpulkan berupa angka yang dianalisis menggunakan statistik. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu metode survey. Menurut Sugiyono metode survey digunakan untuk memperoleh data dari tempat tertentu secara alamiah akan tetapi peneliti harus melakukan perlakuan dalam pengambilan data misalnya dengan teknik penyebaran kuesioner atau angket, wawancara terstruktur dan test. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menyebarkan pertanyaan atau pernyataan kepada responden terkait dengan pribadinya maupun terkait dengan hal-hal penelitian.

C. Populasi Dan Sampel

1. Populasi

Menurut Hendrawan & Sirine (2017) populasi merupakan keseluruhan subjek dalam penelitian. Sedangkan menurut Cresswell dalam Jailani (2019) populasi adalah sekelompok individu yang memiliki ciri-ciri khusus yang sama. Selanjutnya Sugiyono (2018) mengemukakan bahwa populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek atau objek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang akan dipelajari oleh peneliti dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Negeri Jakarta pada Fakultas Ekonomi Angkatan 2018 yang terdiri dari 463 mahasiswa dan terbagi dari beberapa program studi yaitu Pendidikan Administrasi Perkantoran, Pendidikan Bisnis, Pendidikan Akuntansi, Pendidikan Ekonomi, dan Manajemen.

2. Sampel

Dalam penelitian ini populasi peneliti termasuk dalam kategori jumlah yang banyak, maka peneliti menggunakan sampel. Jika ruang lingkup populasi besar dan tidak memungkinkan peneliti untuk mempelajari seluruh isi populasi, misalnya karena keterbatasan waktu, tenaga, dan dana, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut (Sugiyono, 2013). Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta yang terpilih sebagai populasi dalam penelitian.

Teknik yang digunakan untuk menentukan sampel yaitu *Proporsional Random Sampling*. *Proporsional Random Sampling* yaitu cara pengambilan sampel dari anggota populasi dengan menggunakan cara acak tanpa memperhatikan strata dalam populasi tersebut (Sugiyono, 2013). Dalam pengambilan sampel, peneliti merujuk pada tabel *Isaac* dan *Michael* dengan tingkat kesalahan 5% dari jumlah populasi yang diambil. Teknik pengambilan sampel dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 3. 1 Data Mahasiswa Fakultas Ekonomi UNJ 2018

No	Program Studi	Jumlah (Populasi)	Perhitungan Taraf Kesalahan	Proporsi Sampel
1.	Pendidikan Administrasi Perkantoran	89	$(89/463) \times 198$	38
2.	Pendidikan Bisnis	88	$(88/463) \times 198$	38
3.	Pendidikan Ekonomi	142	$(142/463) \times 198$	61
4.	Akuntansi	66	$(66/463) \times 198$	28
5.	Manajemen	78	$(78/463) \times 198$	33
Jumlah		463		198

Sumber: Data diolah oleh Peneliti

Dengan menggunakan perhitungan menurut *Isaac* dan *Michael*, maka diketahui jumlah sampel yaitu sebanyak 198 mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta.

D. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini memiliki 4 (empat) variabel yang terbagi menjadi tiga jenis variabel yaitu variabel bebas, variabel terikat, dan variabel mediasi. Dalam penelitian ini yang termasuk ke dalam variabel bebas yaitu pengetahuan kewirausahaan (X1) dan motivasi berwirausaha (X2). Variabel mediasi yaitu pemanfaatan sosial media (Z). Sedangkan yang termasuk ke dalam variabel terikat adalah intensi berwirausaha (Y).

1. Intensi Berwirausaha

a. Deskripsi Konseptual

Intensi berwirausaha adalah keinginan individu untuk melakukan usaha dan mendirikan bisnis baru serta bersedia menanggung risiko yang ada pada saat menjalankan usahanya.

b. Deskripsi Operasional

Intensi berwirausaha terbagi menjadi 4 (empat) indikator yaitu *desire* (keinginan), *preferences* (preferensi), *plans* (rencana), *behaviour expectancies* (harapan perilaku).

c. Kisi-Kisi Instrumen

Kisi-kisi instrumen dalam penelitian ini bertujuan untuk mengukur intensi berwirausaha pada mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta. Instrumen penelitian yang digunakan pada variabel intensi berwirausaha yaitu menggunakan angket atau kuesioner. Indikator yang akan digunakan adalah *desire*, *preferences*, *plans*, dan *behaviour expectancies*. Kisi-kisi instrumen pada variabel minat berwirausaha dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. 2 Kisi-kisi Instrumen Variabel Intensi Berwirausaha (Y)

No	Indikator	Pernyataan	Nomor Item		Skala
			(+)	(-)	
1	<i>Desire</i> (keinginan)	1. Saya memiliki keinginan untuk berwirausaha	1,2	3	<i>Likert</i>

		2. Saya siap melakukan apa saja saat menjadi wirausahawan 3. Saya tidak berniat untuk berwirausaha karena takut akan risiko yang terjadi			
2	<i>Preferences</i> (preferensi)	4. Saya akan memprioritaskan hal-hal yang saya inginkan 5. Saya mampu mengatur waktu dengan baik	4,5		
3	<i>Plans</i> (rencana)	6. Saya mempunyai rencana untuk usaha saya ke depannya 7. Saya berniat mengembangkan suatu usaha dengan kemampuan yang saya miliki	6,7		
4	<i>Behavior expectancies</i> (harapan perilaku)	8. Saya berniat untuk fokus dalam berwirausaha daripada karir lainnya 9. Saya mempunyai visi misi untuk masa depan 10. Saya tidak berniat menjadi wirausahawan karena tidak sesuai dengan minat dan bakat saya	8,9	10	

Sumber: Data diolah oleh Peneliti

2. Pengetahuan Kewirausahaan

a. Deskripsi Konseptual

Pengetahuan kewirausahaan merupakan kemampuan dalam dunia usaha yang berfungsi sebagai landasan untuk membuat ide-ide baru yang dituangkan melalui ide kreatif dan tindakan inovatif, solusi atas

segala ancaman, dan pemanfaatan peluang untuk mencapai kesuksesan.

b. Deskripsi Operasional

Pengetahuan kewirausahaan terbagi menjadi 3 (tiga) indikator yaitu berpikir kreatif, bertindak inovatif, dan memanfaatkan peluang-peluang yang ada dalam berwirausaha.

c. Kisi-Kisi Instrumen

Kisi-kisi instrumen dalam penelitian ini bertujuan untuk mengukur pengetahuan kewirausahaan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta. Instrumen penelitian yang digunakan pada variabel pengetahuan kewirausahaan yaitu menggunakan angket atau kuesioner. Indikator yang akan digunakan adalah berpikir kreatif, bertindak inovatif, dan memanfaatkan peluang-peluang yang ada. Kisi-kisi instrumen pada variabel pengetahuan kewirausahaan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. 3 Kisi-kisi Instrumen Variabel Pengetahuan Kewirausahaan

No	Indikator	Pernyataan	Nomor Item		Skala
			(+)	(-)	
1	Berpikir kreatif	1. Saya selalu berpikir kreatif untuk ide usaha 2. Saya memiliki pengetahuan yang cukup mendalam	1,2	3	<i>Likert</i>

		<p>mengenai ide bisnis</p> <p>3. Saya tidak kreatif sehingga ketika membuka usaha, saya akan mengikuti ide bisnis orang lain</p>			
2	Bertindak inovatif	<p>4. Saya selalu bertindak inovatif mengenai ide usaha saya</p> <p>5. Saya selalu mencoba untuk mempunyai ciri khas tersendiri mengenai usaha saya</p> <p>6. Ketika mempunyai usaha, saya tidak akan mengikuti <i>trend</i> yang sedang berjalan</p>	4,5	6	
3	Memanfaatkan peluang	<p>7. Saya memiliki pengetahuan yang cukup untuk usaha saya</p> <p>8. Saya memiliki pengetahuan yang cukup dalam untuk memasarkan</p>	7,8,9		

		produk usaha saya 9. Saya selalu memanfaatkan peluang-peluang dalam usaha (contoh: media promosi, <i>trend</i> yang sedang berjalan, dll)			
--	--	--	--	--	--

Sumber: Data diolah oleh Peneliti

3. Motivasi Berwirausaha

a. Deskripsi Konseptual

Motivasi berwirausaha merupakan dorongan dari dalam diri seseorang maupun dari luar diri yang mengarahkan seseorang untuk melakukan kegiatan wirausaha dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan dengan berwirausaha.

b. Deskripsi Operasional

Motivasi berwirausaha terbagi menjadi 3 (tiga) indikator yaitu dorongan dalam diri seseorang, mengarahkan seseorang dalam berwirausaha, dan melakukan kegiatan usaha atau wirausaha.

c. Kisi-Kisi Instrumen

Kisi-kisi instrumen dalam penelitian ini bertujuan untuk mengukur motivasi berwirausaha pada mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta. Instrumen penelitian yang digunakan pada variabel motivasi berwirausaha yaitu menggunakan angket atau

kuesioner. Indikator yang akan digunakan adalah dorongan dalam diri seseorang, mengarahkan seseorang dalam berwirausaha, dan melakukan kegiatan usaha atau berwirausaha. Kisi-kisi instrumen pada variabel motivasi berwirausaha dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. 4 Kisi-kisi Instrumen Variabel Motivasi Berwirausaha

No	Indikator	Pernyataan	Nomor Item		Skala
			(+)	(-)	
1	Dorongan dalam diri	1. Saya memiliki niat untuk berwirausaha 2. Ketika melihat orang lain sukses, saya pun ingin mengikuti jejak orang sukses tersebut	1,2		<i>Likert</i>
2	Mengarahkan seseorang	3. Ketika saya mempunyai keinginan, maka saya harus mendapatkannya 4. Dengan motivasi yang saya miliki, hidup saya menjadi lebih terarah	3,4		
3	Melakukan kegiatan berwirausaha	5. Ketika saya mempunyai motivasi untuk membuka usaha, maka saya akan segera melakukannya 6. Motivasi yang saya punya, tidak berpengaruh apapun terhadap aktivitas sehari-hari saya	5	6	

Sumber: Data diolah oleh Peneliti

4. Pemanfaatan Sosial Media

a. Deskripsi Konseptual

Pemanfaatan media sosial merupakan media yang bisa dipakai oleh wirausahawan untuk menjalin komunikasi, interaksi, dan berbagi informasi mengenai usahanya.

b. Deskripsi Operasional

Pemanfaatan sosial media terbagi menjadi 3 (tiga) indikator yaitu sarana untuk berinteraksi, sarana untuk berbagi informasi, dan sarana untuk berkomunikasi.

c. Kisi-Kisi Instrumen

Kisi-kisi instrumen dalam penelitian ini bertujuan untuk mengukur pemanfaatan sosial media pada mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta. Instrumen penelitian yang digunakan pada variabel pemanfaatan sosial media yaitu menggunakan angket atau kuesioner. Indikator yang akan digunakan adalah sarana untuk berinteraksi, sarana untuk berbagi informasi, dan sarana untuk berkomunikasi. Kisi-kisi instrumen pada variabel pemanfaatan sosial media dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. 5 Kisi-kisi Instrumen Variabel Pemanfaatan Sosial Media

No	Indikator	Pernyataan	Nomor Item		Skala
			(+)	(-)	
1	Sarana berinteraksi	1. Saya pernah berinteraksi	1,2	3	<i>Likert</i>

		<p>melalui sosial media</p> <p>2. Berinteraksi melalui sosial media sangat memudahkan bagi saya</p> <p>3. Berinteraksi melalui sosial media membuat saya tidak nyaman</p>			
2	Sarana berbagi informasi	<p>4. Sosial media saya gunakan untuk berbagi informasi</p> <p>5. Banyak informasi yang saya dapatkan dari sosial media salah satunya tentang wirausaha</p> <p>6. Informasi yang dibagikan di sosial media banyak yang tidak bermanfaat</p>	4,5	6	
3	Sarana berkomunikasi	<p>7. Saya selalu berkomunikasi melalui sosial media dengan orang lain</p> <p>8. Saat menggunakan sosial media, saya pernah berkomunikasi dengan wirausahawan (contoh: pedagang)</p> <p>9. Berkomunikasi melalui sosial media itu adalah hal yang sulit</p>	7.8	9	

E. Teknik analisis data

1. Teknik Data Deskriptif

Hubungan antar variabel dari hipotesis yang telah dibuat melalui kerangka berpikir akan dijelaskan pada analisis deskriptif. Teknik analisis data deskriptif adalah kegiatan mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mendeskripsikan data, menguji persyaratan analisis. Untuk mendeskripsikan data setiap variabel, digunakan statistik. Penggunaan statistik deskriptif bertujuan untuk mencari skor tertinggi, terendah, *mean*, *median*, *modus* dan standar deviasi (Sugiyono, 2018).

2. Analisis Kuantitatif

Teknik analisis data kuantitatif yang dilakukan oleh peneliti untuk menguji penelitian ini menggunakan pendekatan SEM (*Structural Equation Modelling*) dengan menggunakan *software* Smart PLS (*Partial Least Square*). Menurut Hamid & Anwar (2019) mengemukakan bahwa SEM merupakan salah satu teknik analisis yang digunakan untuk melakukan pengujian dan estimasi pada hubungan kausal dengan mengintegrasikan analisis jalur dan analisis faktor. Dalam SEM terdapat dua pendekatan yaitu *Covariance-Based Structural Equation Modeling* (CB-SEM) dan *Partial Least Square Path Modeling* (PLS-SEM). CB-SEM lebih tepat digunakan untuk menguji teori dan mendapatkan justifikasi dengan serangkaian analisis yang kompleks, sedangkan PLS-

SEM bertujuan untuk menguji hubungan dengan melihat apakah pengaruh antarkonstruksi tersebut. Berikut adalah konsep dasar mengenai analisis PLS-SEM:

a. Outer Model (Model Pengukuran)

Menurut Abdillah & Hartono (2015) Outer model merupakan model pengukuran untuk menilai validitas dan reliabilitas model. Outer model menggambarkan hubungan antara blok indikator dengan variabel laten. Variabel laten terbagi menjadi dua bagian yaitu variabel laten eksogen (variabel bebas) dan variabel laten endogen (variabel terikat).

b. Inner Model (Model Struktural)

Menurut Abdillah & Hartono (2015) inner model merupakan model struktural untuk memprediksi hubungan kausalitas antar variabel laten. Inner model menggambarkan hubungan kausalitas antar variabel laten yang dibangun berdasarkan substansi teori. Beberapa komponen item yang menjadi kriteria evaluasi model struktural adalah nilai R-Square dan Signifikansi. Penelitian ini terdiri dari 2 (dua) variabel laten eksogen atau variabel bebas yaitu pengetahuan kewirausahaan (X1) dan motivasi berwirausaha (X2). Sedangkan yang termasuk ke dalam variabel laten endogen atau variabel terikat yaitu minat berwirausaha (Y) dan untuk variabel mediasi yaitu pemanfaatan sosial media (Z).

c. Evaluasi Model

1) Evaluasi Outer Model

a) Convergent Validity

Validitas konvergen menunjukkan sejauh mana suatu indikator berkorelasi positif dengan indikator alternatif dari konstruk yang sama. Aturan umum atau *rule of thumb* untuk menilai validitas konvergen adalah nilai *loading factor* harus lebih dari 0.7 untuk penelitian yang bersifat *confirmatory* dan antara 0.6–0.7 untuk penelitian yang bersifat *exploratory*, serta nilai *average variance extracted* (AVE) harus lebih besar dari 0.5 (Ghozali & Latan, 2015:74).

b) Discriminant Validity

Cara menguji validitas diskriminan dengan indikator reflektif adalah dengan melihat nilai *cross loading*. Nilai untuk setiap variabel harus lebih besar dari 0.70. Kriteria dalam *cross loading* adalah bahwa setiap indikator yang mengukur konstraknya harus bernilai lebih tinggi dibandingkan dengan konstruk lainnya (Ghozali & Latan, 2015).

c) Composite Reliability

Mengukur reliabilitas suatu konstruk dengan indikator reflektif dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu dengan *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*. Suatu konstruk dinyatakan valid jika mempunyai nilai *cronbach's alpha*

sebesar $> 0,7$. Sedangkan untuk mencari reliabilitas setiap konstruk yang menggunakan pengukuran *composite reliability*, nilai batas yang digunakan untuk menilai sebuah tingkat reliabilitas yang dapat diterima adalah $> 0,7$.

2) Evaluasi Inner Model

a) R Square

Nilai R-Square digunakan untuk mengukur tingkat variasi perubahan variabel laten independen terhadap variabel laten dependen. Nilai R-Square 0.75, 0.50, dan 0.25 masing-masing mengartikan bahwa model kuat, sedang, dan lemah.

b) Signifikansi

Nilai signifikansi yang digunakan (*two-tiled*) t-value 1.65 (*significance level* = 10%), 1.96 (*significance level* = 5%), dan 2.58 (*significance level* = 1%), (Ghozali & Latan, 2015:85).

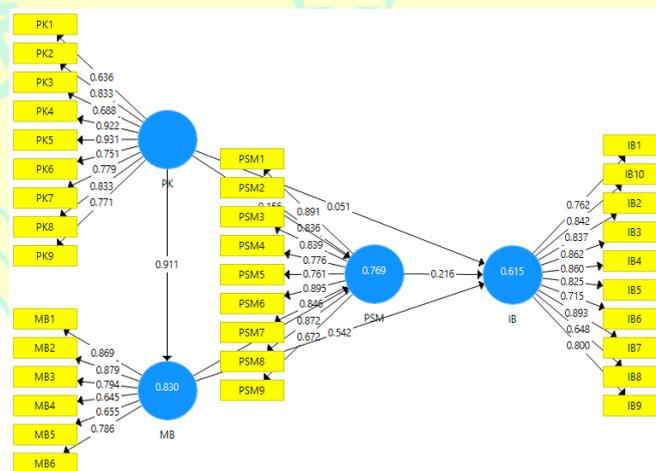
3) Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini yaitu menggunakan nilai statistik maka untuk *alpha* 5% nilai statistik yang digunakan adalah 1,96 (Muniarti et al., 2013). Sehingga kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis adalah H_a diterima dan H_0 ditolak jika t-statistik $> 1,96$. Untuk menolak/menerima Hipotesis menggunakan probabilitas maka H_a diterima jika nilai $p < 0,05$.

F. Uji Coba Instrumen Penelitian

Sebelum menggunakan instrumen pada penelitian, instrument tersebut harus melakukan tahap uji coba terlebih dahulu validitas dan reliabilitasnya. Apabila instrument tersebut valid maka dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur dan apabila instrument tersebut reliabel maka instrument yang digunakan dapat dipercaya memiliki hasil yang konstan jika tes dilakukan pada lain waktu.

Penelitian ini terdiri dari 4 variabel diantaranya variabel independen yaitu pengetahuan kewirausahaan (X1) terdapat 9 butir pernyataan dan motivasi berwirausaha (X2) terdapat 6 butir pernyataan, variabel mediasi yaitu pemanfaatan sosial media (Z) terdapat 9 butir pernyataan, dan variabel dependen yaitu intensi berwirausaha (Y) terdapat 10 butir pernyataan. Berikut ini adalah hasil pengujian pada model awal penelitian:



Gambar 3. 1 Model Awal Penelitian

Sumber: Data diolah oleh Peneliti

1. Convergent Validity Pada Item Indikator

Validitas konvergen menunjukkan sejauh mana suatu indikator berkorelasi positif dengan indikator alternatif dari konstruk yang sama. Aturan umum atau *rule of thumb* untuk menilai validitas konvergen adalah nilai *loading factor* harus lebih dari 0.7. Berikut adalah hasil dari uji *convergent validity*:

Tabel 3. 6 Outer Loading Penelitian Awal

	Pengetahuan Kewirausahaan	Motivasi Berwirausaha	Pemanfaatan Sosial Media	Intensi Berwirausaha
PK1	0.636			
PK2	0.833			
PK3	0.688			
PK4	0.922			
PK5	0.931			
PK6	0.751			
PK7	0.779			
PK8	0.833			
PK9	0.771			
MB1		0.869		
MB2		0.879		
MB3		0.794		
MB4		0.645		
MB5		0.655		
MB6		0.786		

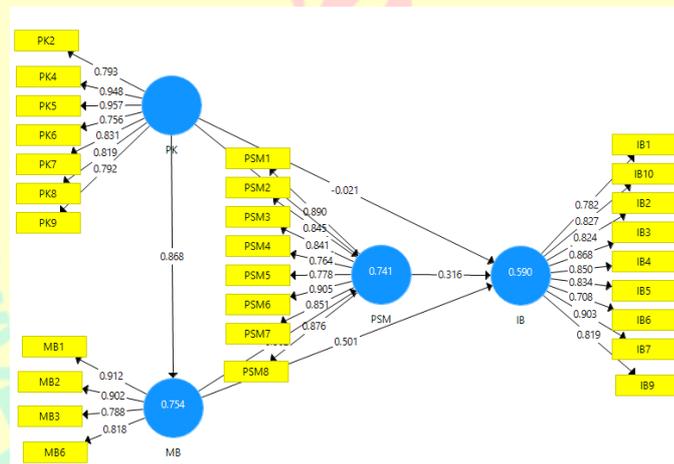
PSM1			0.891	
PSM2			0.836	
PSM3			0.839	
PSM4			0.776	
PSM5			0.761	
PSM6			0.895	
PSM7			0.846	
PSM8			0.872	
PSM9			0.672	
IB1				0.762
IB2				0.837
IB3				0.862
IB4				0.860
IB5				0.825
IB6				0.715
IB7				0.893
IB8				0.648
IB9				0.800
IB10				0.842

Sumber: Data diolah oleh Peneliti.

Berdasarkan hasil *outer loading* di atas menunjukkan bahwa variabel pengetahuan kewirausahaan (X1) pada butir PK1 dan PK3, variabel motivasi berwirausaha (X2) pada butir MB4 dan MB5, variabel pemanfaatan sosial media (Z) pada butir PSM9, dan variabel intensi

berwirausaha (Y) pada butir IB 8 dinyatakan tidak valid karena nilai *outer loading* <0,7.

Setelah mengetahui ada beberapa butir item pernyataan yang dinyatakan tidak valid, peneliti membuat model penelitian kedua (*second model*) di mana instrument pernyataan yang memenuhi syarat uji validitas digunakan dalam penelitian kedua. Di bawah ini adalah gambar model penelitian kedua (*second model*) setelah melakukan eliminasi pada butir yang tidak memenuhi syarat:



Gambar 3. 2 Model Penelitian Kedua

Sumber: Data diolah oleh Peneliti

Berikut ini merupakan hasil dari *convergent validity* pada model penelitian kedua (*second model*):

Tabel 3. 7 Hasil Outer Loading Model Penelitian Kedua

	Pengetahuan Kewirausahaan	Motivasi Berwirausaha	Pemanfaatan Sosial Media	Intensi Berwirausaha
PK2	0.793			

PK4	0.948			
PK5	0.957			
PK6	0.756			
PK7	0.831			
PK8	0.819			
PK9	0.792			
MB1		0.912		
MB2		0.902		
MB3		0.788		
MB6		0.818		
PSM1			0.890	
PSM2			0.845	
PSM3			0.841	
PSM4			0.764	
PSM5			0.778	
PSM6			0.905	
PSM7			0.851	
PSM8			0.876	
IB1				0.782
IB2				0.824

IB3				0.868
IB4				0.850
IB5				0.834
IB6				0.708
IB7				0.903
IB9				0.819
IB10				0.827

Sumber: Data diolah oleh Peneliti.

Tabel di atas menunjukkan bahwa hasil *outer loading* pada tiap butir instrument pernyataan memiliki nilai $>0,7$, maka dapat dinyatakan valid. Sehingga model penelitian ini menggunakan model penelitian kedua dengan memakai instrument pernyataan yang seluruhnya dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Mengukur reliabilitas suatu konstruk dengan indikator reflektif dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu dengan *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*. Suatu konstruk dinyatakan valid jika mempunyai nilai *cronbach's alpha* sebesar $> 0,7$. Sedangkan untuk mencari reliabilitas setiap konstruk yang menggunakan pengukuran *composite reliability*, nilai batas yang digunakan untuk menilai sebuah tingkat reliabilitas yang dapat diterima adalah $> 0,7$. Berikut merupakan hasil dari pengujian reliabilitas:

Tabel 3. 8 Hasil Uji Reliabilitas

	<i>Cronbach's Alpha</i>	Composite Reliability
Pengetahuan Kewirausahaan (X1)	0.932	0.946
Motivasi Berwirausaha (X2)	0.878	0.917
Pemanfaatan Sosial Media (Z)	0.943	0.952
Intensi Berwirausaha (Y)	0.941	0.950

Sumber: Data diolah oleh Peneliti.

Dari hasil uji reliabilitas di atas menunjukkan bahwa seluruh variabel dinyatakan reliabel karena memenuhi nilai yang telah ditetapkan yaitu $>0,7$.

