

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Tempat Penelitian

3.1.1 Waktu

Penelitian dilaksanakan mulai Januari sampai dengan Juni 2023, penelitian dilaksanakan kurang lebih selama kurang lebih tujuh bulan. Peneliti percaya bahwa pada bulan ini merupakan waktu terbaik dan efisien untuk melakukan penelitian.

Tabel 3. 1 Timeline Penelitian

No	Kegiatan Penelitian	Waktu						
		Jan 2023	Feb 2023	Mar 2023	Apr 2023	Mei 2023	Juni 2023	Juli 2023
1	Pengajuan Judul	✓						
2	Penyusunan Proposal		✓	✓	✓			
3	Sidang Proposal Penelitian					✓		
4	Penyebaran Kuesioner Penelitian					✓		
5	Penyusunan Bab 4 dan 5						✓	
6	Sidang Akhir Penelitian							✓

Sumber: Data diolah peneliti (2023)

3.1.2 Tempat

Penelitian melibatkan Siswa kelas XII SMK Negeri 40 Jakarta yang beralamat di Jl. Nanas II No.9, RW.10, Utan Kayu Utara, Kec. Matraman, Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 13120. Peneliti memilih SMK Negeri 40 Jakarta sebagai lokasi/objek penelitian karena memiliki permasalahan yang serupa dengan yang

diteliti, khususnya dampak media sosial dan motivasi terhadap minat berwirausaha.

3.2 Desain Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode kuantitatif. Menurut (Siyoto & Sodik, 2015) jenis penelitian kuantitatif ingin menggambarkan fenomena yang terjadi secara nyata karena tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan secara sistematis, menggambarkan secara faktual dan akurat, serta hubungan antar fenomena yang diteliti. Menurut (Jaya, 2020), menjelaskan penelitian kuantitatif sebagai jenis penelitian yang memberikan hasil baru yang diperoleh melalui metode statistik atau cara kuantifikasi (pengukuran) lainnya. Penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif lebih menitikberatkan pada sekumpulan gejala yang memiliki ciri tertentu dalam kehidupan seseorang yaitu variabel. Pendekatan kuantitatif kemudian menganalisis sifat hubungan antara variabel menggunakan uji statistik dan teori objektif.

Metode Survei adalah metode penelitian dengan mengumpulkan data berdasarkan populasi tertentu menggunakan kuesioner sebagai instrumen utama. Desain dari metode ini sederhana dan prosesnya pun cepat. Dalam penelitian survey menggunakan kuesioner ini dibutuhkan responden dengan jumlah yang cukup untuk mendapatkan hasil validitas dapat dicapai dengan baik (Siyoto & Sodik, 2015). Data peneliti meliputi tiga variabel yaitu dua variabel bebas yaitu Media Sosial dan Motivasi, serta satu variabel tetap yaitu Minat Berwirausaha.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Dalam (Siyoto & Sodik, 2015) populasi adalah suatu wilayah generalisasi, yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki besaran dan sifat tertentu yang dipelajari oleh peneliti, kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi bukan hanya makhluk hidup, tetapi semua objek penelitian yang akan diteliti. Populasi tidak hanya mencakup jumlah objek yang diteliti, tetapi mencakup semua sifat dan karakteristik objek yang bersangkutan. Populasi dalam penelitian ini adalah Siswa kelas XII SMK Negeri 40 Jakarta dengan program keahlian 1) Otomatisasi Tata Kelola Perkantoran, 2) Bisnis Daring Pemasaran, 3) Akuntansi dan Keuangan Lembaga, 4) Multimedia, 5) Rekayasa Perangkat Lunak, berikut ini rincian populasinya:

Tabel 3. 2 Rincian Populasi

No	Program Keahlian	Jumlah Siswa
1	Otomatisasi Tata Kelola Perkantoran	33
2	Bisnis Daring Pemasaran	33
3	Akuntansi dan Keuangan Lembaga	31
4	Multimedia	68
5	Rekayasa Perangkat Lunak	31
Total		196

Sumber: Data diolah peneliti (2023)

3.3.2 Sampel

Menurut (Siyoto & Sodik, 2015) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik populasi. Atau sampel juga dapat digambarkan sebagai sebagian kecil dari populasi yang diambil menurut prosedur tertentu dan dapat mewakili populasi tersebut. Pengambilan sampel digunakan bila

populasi yang diteliti besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari seluruh populasi. Keterbatasan ini mungkin karena keterbatasan sumber daya, tenaga dan waktu peneliti. Sampel yang digunakan dari populasi harus benar-benar dapat mewakili populasi yang diwakilinya.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan Teknik *Probability Sampling*. Teknik sampel ini merupakan teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi tiap anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel (Anshori & Iswati, 2019). Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *proportionate stratified random sampling*. Teknik ini digunakan apabila populasi mempunyai anggota yang tidak homogen dan berstrata secara proporsional (Sugiyono, 2021). Strata dalam penelitian ini adalah Otomatisasi Tata Kelola Perkantoran, Bisnis Daring Pemasaran, Akuntansi dan Keuangan Lembaga, dan Multimedia. Berikut ini perhitungan sampel dengan pendekatan rumus Slovin (Firdaus, 2021) :

$$n = \frac{N}{(1 + Ne^2)}$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

N = Total Populasi

e = Batas kesalahan

Besaran sampel penelitian dengan menggunakan pendekatan rumus slovin akan ditentukan melalui nilai tingkat kesalahan, semakin besar tingkat kesalahan yang digunakan, maka semakin kecil jumlah sampel

yang diambil. Dalam menentukan sampel ini maka tingkat kesalahan yang digunakan yakni sebesar 5% dikarenakan peneliti tidak mungkin memperoleh hasil yang sempurna. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah berjumlah 196 siswa, dengan demikian dapat diperoleh hasil sebesar:

$$\begin{aligned} n &= \frac{196}{(1 + 196 (0,5)^2)} \\ &= \frac{196}{1,49} \\ &= 131,543 \text{ atau } 132 \end{aligned}$$

Berdasarkan kepada perhitungan jumlah sampel yang diperoleh melalui hasil perhitungan rumus *slovin* dengan tingkat kesalahan yakni sebesar 5%, maka diperoleh jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 132 yang dijabarkan perhitungan pengambilan sampel secara *proportionate stratified random sampling* dengan menggunakan rumus:

$$n_i = \frac{N_i}{N} \cdot n$$

Keterangan:

n_i = jumlah anggota sampel

n = jumlah anggota sampel seluruhnya

N_i = jumlah anggota populasi

N = jumlah anggota populasi seluruhnya

Perhitungan sampel dengan menggunakan *proportionate stratified random sampling* dapat dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 3. 3 Teknik Pengambilan Sampel

Program Keahlian	Jumlah Populasi	Perhitungan	Jumlah Sampel
Otomatisasi Tata Kelola Perkantoran	33	$(33/196) \times 132$	22
Bisnis Daring Pemasaran	33	$(33/196) \times 132$	22
Akuntansi dan Keuangan Lembaga	31	$(31/196) \times 132$	21
Multimedia	68	$(68/196) \times 132$	46
Rekayasa Perangkat Lunak	31	$(31/196) \times 132$	21
Jumlah	196		132

Sumber: Data diolah peneliti (2023)

3.4 Pengembangan Instrumen

Variabel dalam penelitian ini yaitu: 1) variabel bebas *Independent Variable*). Penggunaan Media Sosial (X1), Motivasi (X2) dan 2) variabel terikat (*Dependent Variable*) yaitu minat Berwirausaha (Y). Berikut definisi konseptual dan definisi operasional masing-masing variabel yaitu sebagai berikut:

1. Minat Berwirausaha

a) Definisi Konseptual

Minat berwirausaha adalah keinginan atau ketertarikan individu untuk melakukan wirausaha serta menciptakan peluang menarik untuk melakukan sesuatu dalam wujud mencapai cita-cita. Minat tersebut dapat muncul karena adanya keinginan untuk memiliki usaha sendiri agar dapat menentukan nasib sendiri dan tidak bergantung pada orang lain.

b) Definisi Operasional

Menurut (Dinar, 2020), (Khusnul Khotimah, 2022), (Rachmat, 2023) minat berwirausaha merupakan sebuah keinginan dan ketertarikan individu untuk dapat memanfaatkan peluang usaha secara

kreatif dan selalu fokus dalam berbisnis, berani bertanggung jawab kepada resiko dengan memiliki perilaku suka atau kecenderungan selalu ingin berpartisipasi untuk berwirausaha. Dari beberapa pendapat ahli tersebut maka indikator untuk variabel minat berwirausaha adalah sebagai berikut; 1) Peluang usaha, 2) Kreatif dan Fokus, 3) Pengambilan Risiko, dan 4) Perilaku individu.

2. Penggunaan Media Sosial

a) Definisi Konseptual

Media sosial adalah platform sosial yang dapat digunakan untuk berkomunikasi, berbagi informasi, dan berkolaborasi semakin luas. Banyaknya media sosial yang digunakan mampu menarik seseorang untuk ikut menggunakan media sosial.

b) Definisi Operasional

Menurut (Ginting, 2021), (Restanti et al., 2020), (Estiana, 2022), (Tania, 2020), dan (Westwood, 2019) penggunaan media sosial merupakan media atau wadah yang dapat digunakan oleh wirausahawan untuk menjalin komunikasi, saling berinteraksi, dan berbagi informasi kepada pengguna media sosial mengenai usahanya. Dari beberapa ahli tersebut, indikator dalam variabel penggunaan media sosial adalah sebagai berikut: 1) Sarana untuk berkomunikasi; 2) Sarana untuk berinteraksi; dan 3) Sarana untuk berbagi informasi.

3. Motivasi

a) Definisi Konseptual

Motivasi adalah sebagai dorongan yang ada dalam diri maupun luar individu untuk melakukan kegiatan agar mampu mencapai tujuan. Dari sini dapat kita ketahui bahwa jika seseorang memiliki dorongan untuk melakukan kegiatan maka orang tersebut dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

b) Definisi Operasional

Menurut (Rusdiana, 2018) (Dinar, 2020) (K. Dewi et al., 2020) (Supriyati, 2023) motivasi merupakan sebuah daya dorong dalam diri seseorang untuk membangun sebuah wirausaha dengan selalu optimis dan inovatif dalam mendapatkan prestasi dan penghargaan serta mampu mengelola dan mengembangkan bisnis yang sedang dijalankan. Dari beberapa pendapat di atas maka indikator dari variabel motivasi adalah sebagai berikut: 1) Daya dorong, 2) Optimis dan Inovatif, 3) Prestasi dan Penghargaan, dan 4) Pengelolaan Usaha.

3.4.1 Variabel Penelitian

Variabel dipahami sebagai hal-hal yang dapat berubah dan memiliki lebih dari satu nilai. "Variabel", seperti namanya sendiri (variabel), adalah "sesuatu yang bervariasi". Instrumen Pengembangan yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan jenis pertanyaan tertutup yang dijawab melalui kuesioner/angket akan dibagikan secara

online kepada responden. Tabel operasional penelitian dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 3. 4 Operasional Variabel

Variabel	Indikator	No Butir	Positif	Negatif
Minat Berwirausaha (Y)	Peluang usaha	1, 2, 3, 4, 5	1,2,4,5	3
	Kreatif dan Fokus	6, 7, 8, 9, 10	6, 7, 8, 10	9
	Pengambilan resiko,	11, 12, 13, 14, 15	11, 12, 13,15	14
	Perilaku Individu	16, 17, 18, 19, 20	16, 17, 18, 19	20
Penggunaan Media Sosial (X1)	Sarana untuk berkomunikasi	1, 2, 3, 4, 5,6	1,2,4,6	3,5
	Sarana untuk berinteraksi	7, 8, 9, 10, 11, 12, 13	8, 9, 11, 12, 13	7, 10
	Sarana untuk berbagi informasi	14, 15, 16, 17, 18, 19, 20	14, 15, 16, 17, 20	18,19
Motivasi (X2)	Daya Dorong	1, 2, 3, 4, 5	1,2,4,5	3
	Optimis dan inovatif,	6, 7, 8, 9, 10	7, 8, 9, 10	6
	Prestasi dan Penghargaan	11, 12, 13, 14, 15	11, 13, 14, 15	12
	Pengelolaan usaha	16, 17, 18, 19, 20	16, 17, 18 20	19

Sumber: Data diolah peneliti (2023)

3.4.2 Skala Penelitian

Skala pengukuran adalah acuan pengukuran yang akan digunakan peneliti untuk mengukur variabel penelitian. Dalam penelitian ini, skala yang digunakan adalah skala likert. Skala likert menurut (Slamet & Hatmawan, 2020) digunakan dalam mengukur sikap, pendapat, dan persepsi individu atau sekelompok individu tentang fenomena sosial. Skala likert yang digunakan memiliki lima pilihan jawaban sebagai berikut:

Tabel 3. 5 Bobot Skor

Alternatif Jawaban	Skor Pernyataan	
	Positif	Negatif
Sangat Setuju (SS)	5	1
Setuju (S)	4	2
Ragu-ragu	3	3
Tidak Setuju (TS)	2	4
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

Sumber: Data diolah peneliti (2023)

3.5 Model Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan beberapa tahap bertujuan untuk menemukan model yang paling relevan antara variabel dengan konstruk penelitian. Model pertama (*First model*) dalam penelitian ini terdiri dari empat variabel yaitu Minat Berwirausaha (*Variable Dependent*), Penggunaan Media Sosial (*Variable Independent*), dan Motivasi (*Variable Independent*). Indikator yang terdapat pada variabel minat berwirausaha terdiri dari 20 butir pernyataan, variabel penggunaan media sosial terdiri dari 20 butir pernyataan dan variabel motivasi terdiri dari 20 butir pernyataan.

Pada hasil penelitian model pertama terdapat 60 butir pernyataan dan sebanyak 31 butir pernyataan tidak *valid* atau tidak memenuhi syarat untuk dilakukan penelitian. Oleh karena itu, peneliti melakukan *dropping out* pada 31 butir pernyataan tersebut. Berikut instrumen pernyataan untuk model penelitian pertama.

Tabel 3.6 Instrumen Penelitian Model Pertama Variabel Y

Minat Berwirausaha (Y)		
No	Butir Pernyataan	Loading Factor
A. Peluang Usaha		
1	Saya memiliki keinginan untuk menciptakan lapangan pekerjaan bagi orang lain	0,667
2	Saya ingin mempunyai bisnis sendiri dan memiliki karyawan	0,782
3	Saya tidak tertarik untuk menjadi atasan dibanding bawahan (Pernyataan Negatif)	0,349
4	Saya membaca peluang agar membantu usaha untuk berkembang	0,762
5	Saya menciptakan peluang usaha berbeda dari yang lain	0,824
B. Kreatif dan Fokus		
6	Saya memiliki ide kreatif dan ingin mewujudkannya	0,480
7	Dengan berpikir kreatif akan menghasilkan banyak peluang usaha	0,790
8	Saya ingin fokus berbisnis untuk membantu kondisi ekonomi keluarga saya	0,835
9	Saya sulit untuk fokus dalam setiap kegiatan yang saya lakukan (Pernyataan Negatif)	0,661
10	Saya akan menciptakan usaha yang kreatif dan inovatif	0,667
C. Pengambilan Risiko		
11	Saya bersedia menurunkan gaya hidup sampai bisnis saya mencapai tujuan	0,842
12	Saya bertanggung jawab atas risiko yang akan terjadi dalam usaha	0,364
13	Jika mengalami kegagalan dalam usaha, saya akan kembali bangkit untuk menjadi lebih baik	0,781
14	Saya tidak suka diberikan kritik dan saran dari orang lain	0,735
15	Saya akan melakukan apapun demi kemajuan usaha	0,816
D. Perilaku Individu		
16	Kegagalan dalam bisnis membuat saya patah semangat (Pernyataan Negatif)	0,588
17	Dengan adanya tantangan yang dihadapi membantu usaha menjadi lebih baik	0,777
18	Saya senang membangun usaha atas kemampuan sendiri	0,804
19	Saya senang mendapat pujian orang lain atas pekerjaan saya	0,419
20	Saya senang setiap proses untuk tumbuh dan berkembang karena proses lebih penting dibanding hasil	0,714

Tabel 3.7 Instrumen Penelitian Model Pertama Variabel X1

Penggunaan Media Sosial (X1)		
No	Butir Pernyataan	Loading Factor
A. Sarana untuk Berkomunikasi		
1	Saya menggunakan sosial media sebagai sarana berkomunikasi	0,348
2	Saya bertukar kabar dengan menggunakan sosial media	0,615
3	Saya tidak berkomunikasi menggunakan sosial media (Pernyataan Negatif)	0,361
4	Saya menggunakan chat pribadi untuk komunikasi yang lebih personal	0,725
5	Saya tidak mempunyai akun media sosial apapun (Pernyataan Negatif)	0,705

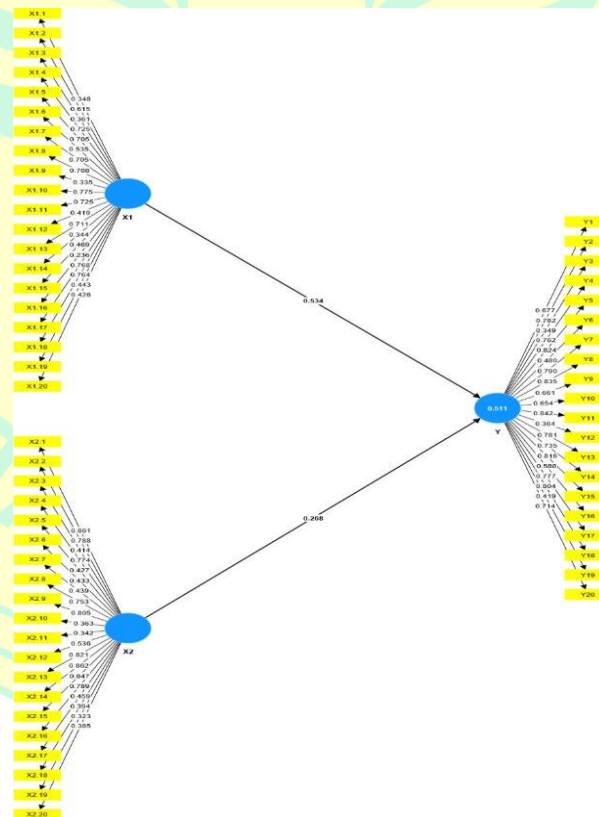
Penggunaan Media Sosial (X1)		
No	Butir Pernyataan	Loading Factor
6	Saya berkomunikasi melalui media sosial di sekolah	0,535
B. Sarana untuk Berinteraksi		
7	Saya tidak menggunakan media sosial untuk berinteraksi dengan teman (Pertanyaan Negatif)	0,705
8	Saya menyukai media sosial karena mudah berinteraksi dengan orang lain	0,708
9	Saya senang berinteraksi melalui sosial media jika sedang bosan	0,335
10	Media Sosial menghambat saya untuk berinteraksi secara langsung (Pertanyaan Negatif)	0,775
11	Saya memberikan komentar dan menyukai postingan pengguna lain	0,725
12	Saya lebih mudah mendapatkan teman baru melalui media sosial	0,419
13	Sosial media memudahkan terjadinya interaksi saya dengan orang lain	0,711
C. Sarana untuk Berbagi Informasi		
14	Dengan media sosial mudah membagikan informasi kepada orang lain	0,344
15	Dengan media sosial mudah mendapatkan tren terbaru	0,469
16	Saya membagikan foto atau video pribadi ke media sosial	0,236
17	Saya mengunggah foto dan video pribadi ke media sosial	0,768
18	Media sosial banyak mengandung informasi hoax dan belum terbukti kebenarannya (Pernyataan Negatif)	0,764
19	Segala informasi yang didapatkan dari media sosial diterima tanpa difilter terlebih dahulu (Pernyataan Negatif)	0,443
20	Saya mengikuti komunitas/grup melalui informasi yang saya dapat dari media sosial	0,426

Tabel 3.8 Instrumen Penelitian Model Pertama Variabel X2

Motivasi (X2)		
No	Butir Pernyataan	Loading Factor
A. Daya Dorong		
1	Saya akan berwirausaha untuk membuka lapangan kerja	0,861
2	Menjadi wirausaha yang sukses merupakan hal yang saya impikan	0,788
3	Saya akan berwirausaha pada bidang yang bukan saya tekuni (Pertanyaan Negatif)	0,414
4	Dengan berwirausaha akan membantu meningkatkan perekonomian saya	0,774
5	Saya berwirausaha karena akan membantu ekonomi keluarga orang lain	0,427
B. Optimis dan Inovatif		
6	Optimis serta inovatif tidak dibutuhkan dalam berwirausaha (Pertanyaan Negatif)	0,433
7	Dalam berwirausaha dibutuhkan banyak ide yang inovatif	0,439
8	Dalam berwirausaha dibutuhkan keterampilan dan rasa optimis	0,753
9	Saya tidakragu dalam bertindak karena yakin usaha tidak akan mengkhianati hasil	0,805
10	Saya percaya bahwa kesuksesan berapa di tangan saya sendiri	0,363
C. Sarana untuk Berbagi Informasi		

Motivasi (X2)		
No	Butir Pernyataan	Loading Factor
11	Saya merasa senang jika mendapat penghargaan atas usaha saya sendiri	0,342
12	Saya tidak memiliki semangat dalam mencapai cita cita (Pertanyaan Negatif)	0,536
13	Berwirausaha terus membuat saya ingin berprestasi dan mempunyai penghargaan	0,821
14	Saya akan memanfaatkan prestasi untuk mengurangi pengangguran di Indonesia	0,862
15	Semakin tinggi semangat kerja maka semakin tinggi pula keberhasilan yang saya dapatkan	0,847
D. Pengelolaan Usaha		
16	Saya akan berwirausaha menggunakan modal pribadi tanpa meminta pada orang tua	0,789
17	Saya akan mengelola usaha serta memiliki banyak karyawan	0,459
18	Saya akan bertanggung jawab dalam mengelola usaha	0,394
19	Saya merasa kepemimpinan tidak dibutuhkan dalam mengelola usaha (Pernyataan Negatif)	0,323
20	Pengelolaan usaha yang tepat mampu membuat usaha semakin berkembang maju dan sukses	0,384

Sumber: Data diolah peneliti (2023)



Gambar 3. 1 Model Penelitian Awal

Sumber: Data diolah peneliti (2023)

3.5.1 Pengujian Validitas

Pengujian validitas pada penelitian ini ditunjukkan dari nilai *loading factor* harus memiliki nilai > 0.7 . Apabila nilai *loading factor* < 0.7 , maka dapat dikatakan bahwa indikator tersebut *valid*. Berikut hasil uji validitas yang telah dilakukan oleh peneliti pada tabel di bawah ini:

Tabel 3.9 Loading Factor Model Penelitian Pertama

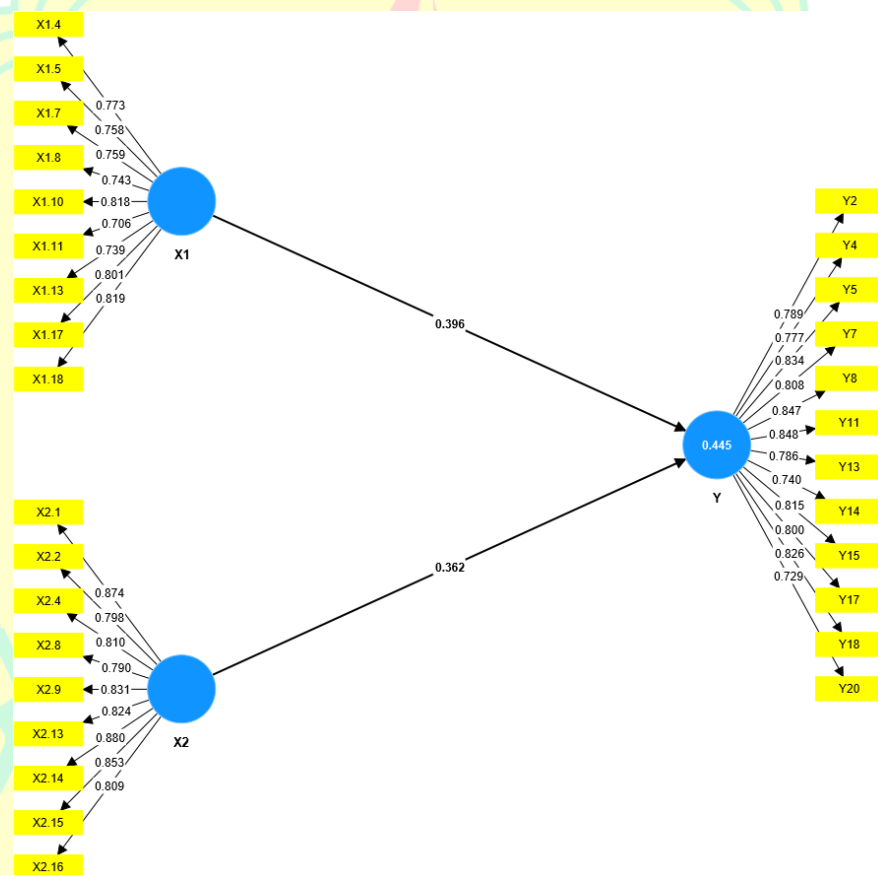
	Penggunaan Media Sosial (X1)	Motivasi (X2)	Minat Berwirausaha (Y)
X1.1	0,348		
X1.2	0,615		
X1.3	0,361		
X1.4	0,725		
X1.5	0,705		
X1.6	0,535		
X1.7	0,705		
X1.8	0,708		
X1.9	0,335		
X1.10	0,775		
X1.11	0,725		
X1.12	0,419		
X1.13	0,711		
X1.14	0,344		
X1.15	0,469		
X1.16	0,236		
X1.17	0,768		
X1.18	0,764		
X1.19	0,443		
X1.20	0,426		
X2.1		0.861	
X2.2		0.788	
X2.3		0,414	
X2.4		0,774	
X2.5		0,427	
X2.6		0,433	
X2.7		0,439	
X2.8		0,753	
X2.9		0,805	
X2.10		0,363	
X2.11		0,342	
X2.12		0,536	
X2.13		0,821	
X2.14		0,862	
X2.15		0,847	
X2.16		0,789	

	Penggunaan Media Sosial (X1)	Motivasi (X2)	Minat Berwirausaha (Y)
X2.17		0,459	
X2.18		0,394	
X2.19		0,323	
X2.20		0.384	
Y1			0.667
Y2			0.782
Y3			0,349
Y4			0,762
Y5			0,824
Y6			0,480
Y7			0,790
Y8			0,835
Y9			0,661
Y10			0.667
Y11			0,842
Y12			0,364
Y13			0,781
Y14			0,735
Y15			0,816
Y16			0,588
Y17			0,777
Y18			0,804
Y19			0,419
Y20			0.714

Sumber: Data diolah peneliti (2023)

Berdasarkan tabel *loading factor* di atas, dapat diketahui bahwa terdapat beberapa pernyataan pada variabel Penggunaan Media Sosial yaitu X1.1, X1.2, X1.3, X1.6, X1.9, X1.12, X1.14, X1.15, X1.16, X1.19, dan X1.20 dengan hasil *loading factor* < 0.7 atau tidak dapat dikatakan tidak *valid* sehingga perlu dilakukan *dropping*. Pernyataan pada variabel Motivasi yaitu X2.3, X2.5, X2.6, X2.7, X2.10, X2.11, X2.12, X2.17, X2.18, X2.19, dan X2.20 memiliki hasil *loading factor* < 0.7 atau dapat dikatakan tidak *valid* sehingga perlu dilakukan *dropping*. Kemudian pada variabel Minat Berwirausaha yaitu Y.1, Y.3, Y.6, Y.9, Y.10, Y.12 dan Y.16, dan Y.19 memiliki hasil < 0.7 atau dapat dikatakan

tidak valid dan perlu dilakukan *dropping*. Setelah semua pernyataan yang memiliki hasil > 0.7 dan telah memenuhi syarat penelitian dapat digambarkan pada model penelitian kedua (*second model*) seperti gambar dibawah ini:



Gambar 3. 2 Model Penelitian Setelah *Dropping*

Sumber: Data diolah peneliti (2023)

Adapun hasil perhitungan *loading factor* pada model penelitian yang kedua (*second model*) adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 10 Loading Factor Model Penelitian Pertama

	Penggunaan Media Sosial (X1)	Motivasi (X2)	Minat Berwirausaha (Y)
X1.4	0.773		
X1.5	0.758		
X1.7	0.759		
X1.8	0.743		
X1.10	0.818		
X1.11	0.706		
X1.13	0.739		
X1.17	0.801		
X1.18	0.819		
X2.1		0.874	
X2.2		0.798	
X2.4		0.810	
X2.8		0.790	
X2.9		0.831	
X2.13		0.824	
X2.14		0.880	
X2.15		0.853	
X2.16		0.809	
Y2			0.789
Y4			0.777
Y5			0.834
Y7			0.808
Y8			0.847
Y11			0.848
Y13			0.786
Y14			0.740
Y15			0.815
Y17			0.800
Y18			0.826
Y20			0.729

Sumber: Data diolah peneliti (2023)

Berdasarkan hasil dari nilai *loading factor* yang ditunjukkan pada tabel di atas yakni sebesar 0.7 atau lebih, maka dapat dikatakan bahwa pernyataan pada penelitian model kedua valid dan memenuhi syarat. Sehingga layak digunakan pada penelitian, dan peneliti menggunakan model kedua pada penelitian ini.

3.5.2 Pengujian *Reliabilitas*

Peneliti kemudian melakukan pengujian reliabilitas setelah mendapatkan hasil bahwa butir pernyataan yang akan diteliti telah valid. Sebuah data dapat dikatakan reliabel apabila memiliki nilai reliabel sebesar > 0.7 . pengujian reliabilitas dilakukan menggunakan alat hitung SmartPLS 4.0. Adapun Hasil yang didapatkan dari analisis sebagai berikut:

Tabel 3. 11 Hasil Uji Reliabilitas (*Composite Reliability*)

<i>Composite Reliability</i>	
Penggunaan Media Sosial (X1)	0.929
Motivasi (X2)	0.952
Minat Berwirausaha (Y)	0.955

Sumber: Data diolah peneliti (2023)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas diatas, dapat diketahui variabel Penggunaan Media Sosial memperoleh $0.929 > 0.7$, variabel Motivasi memiliki nilai $0.952 > 0.7$, dan variabel Minat Berwirausaha memiliki nilai $0.955 > 0.7$, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel pada penelitian ini dinyatakan reliabel.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Kegiatan utama penelitian adalah pengumpulan data. Pengumpulan data dalam penelitian harus dipantau untuk menjaga validitas dan reliabilitas data yang dihasilkan. Pengumpulan data menggunakan kuesioner atau angket mempunyai banyak kelebihan sebagai instrumen pengumpul data (Siyoto & Sodik, 2015). Dengan demikian teknik pengumpulan data dalam penelitian ini

menggunakan data primer yaitu data yang disebar melalui kuesioner menggunakan *google form* dengan bentuk kuesioner tertutup yang memiliki alternatif jawaban, dan dalam mengukur variabel tersebut dapat menggunakan pengukuran dengan skala likert yang memiliki rentang nilai 1 sampai dengan 5. Responden penelitian yaitu (siswa kelas XII) yang kemudian data dikumpulkan secara langsung. Instrumen dalam kuesioner ini berisikan sejumlah pernyataan untuk mengumpulkan dan mendapatkan informasi mengenai pengaruh Penggunaan Media Sosial (X1), Motivasi (X2), terhadap Minat Berwirausaha (Y) pada Siswa Kelas XII SMK Negeri 40 Jakarta Tahun Ajaran 2022/2023.

3.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini untuk menganalisis dan mengolah data primer yang sudah diperoleh melalui kuesioner yaitu menggunakan analisis statistik deskriptif dan *inferensial*. Analisis deskriptif menampilkan gambaran secara umum tentang karakteristik dari masing-masing variabel penelitian yang ditampilkan melalui data nilai rata-rata (mean). Sedangkan analisis inferensial menggunakan teknik analisis SEM PLS (*Structural Equation Modeling- Partial Least Squares*) dengan menggunakan software SmartPLS. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang mencoba menggambarkan fenomena yang terjadi secara nyata dan aktual, karena tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan secara sistematis tentang fakta, sifat, dan hubungan antara fenomena yang diteliti (Rukajat, 2018).

SEM PLS menjelaskan konstruk atau variabel laten yang menjadi target penelitian. SEM-PLS dapat bekerja secara efektif dengan sampel kecil dan model yang kompleks. SEM-PLS merupakan pendekatan model kausal yang bertujuan memaksimalkan variansi variabel laten kriteria yang dapat dijelaskan (*explained variance*) oleh variabel laten prediktor. Analisis SEM-PLS terdiri dari *Outer Model* (model pengukuran) dan *Inner Model* (model structural) (Ananto et al., 2022).

3.6.1 Analisis *Outer Model* (Model Pengukuran)

Evaluasi model pengukuran atau *outer model* dilakukan untuk menilai validitas dan reliabilitas model. *Outer model*, dilengkapi dengan indikator refleksif, dievaluasi menggunakan validitas *convergent* dan *discriminant* dari indikator yang membentuk konstruk laten, serta *Composite Reliability* (Usman et al., 2020).

1) Convergent Validity

Metode yang sering digunakan peneliti untuk mengukur model melalui analisis faktor konfirmatori adalah dengan menggunakan pendekatan MTMM (*MultiTraite-MultiMethod*) dengan menguji validitas *convergent* dan *discriminant*. Validitas *convergent* terkait dengan prinsip bahwa variabel manifes suatu konstruk harus berkorelasi tinggi. Uji validitas *convergent* indikator refleksif dengan SmartPLS 3.0 menunjukkan nilai loading factor dari masing-masing indikator konstruk Rule of thumb yang sering digunakan

untuk menilai validitas *convergent*, yaitu nilai load factor harus lebih besar dari 0,7 pada pembelajaran *confirmatory* dan nilai loading factor 0,6 hingga 0,7 dalam studi penelitian bersifat *explanatory* masih dapat diterima, dan nilai *average variance extracted* (AVE) harus lebih besar dari 0,5. Namun, nilai loading factor 0,5-0,7 masih dianggap cukup untuk penelitian pada tahap awal pengembangan skala pengukuran (Usman et al., 2020).

2) Discriminant Validity

Selain itu terdapat, validitas *discriminant* terkait dengan prinsip bahwa pengukur (*manifest variable*) konstruk yang berbeda tidak berkorelasi kuat. Salah satu cara untuk menguji validitas *discriminant* dengan indikator reflektif adalah dengan melihat nilai cross-loading variabel tersebut harus sebesar 0,70. Metode lain yang dapat digunakan untuk menguji validitas *discriminant* adalah dengan membandingkan akar kuadrat AVE setiap konstruk dengan nilai korelasi antar konstruk dalam model. Validitas *discriminant* yang baik ditunjukkan pada model akar kuadrat. Validitas diskriminan yang baik ditunjukkan dengan akar kuadrat AVE untuk setiap konstruk lebih besar dari korelasi antar konstruk dalam model (Usman et al., 2020).

3) Composite Reliability

Uji reliabilitas menunjukkan akurasi, konsistensi dan presisi perangkat dalam mengukur konstruks. PLS-SEM menggunakan program SmartPLS 4.0, untuk mengukur reliabilitas konstruk dengan indikator reflektif dapat dilakukan dengan Composite Reliability atau biasa disebut Dillon Goldstein. Rule of Thumb yang sering digunakan dalam menilai reliabilitas konstruk untuk penelitian yang bersifat *confirmatory* yaitu Composite Reliability harus lebih besar dari 0,7, dan untuk penelitian bersifat *explanatory* nilai 0,6 - 0,7 masih dapat diterima. Composite Reliability adalah *closer approximation* dengan asumsi estimasi parameter adalah akurat. (Usman et al., 2020).

Ringkasan Rule of Thumb dari Analisis Outer Model dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 3. 12 Rule of Thumb Analisis Outer Model

NO	Validitas dan Reliabilitas	Parameter	Rule of Thumb
1	Convergent Validity	Loading Factor	Penelitian Confirmatory > 0,70 Penelitian Exploratory > 0,60
		Average Variance Extracted (AVE)	Penelitian Confirmatory dan Penelitian Exploratory > 0,50
		Cross Loading	Untuk setiap Variabel > 0,70
2	Discriminant Validity	Akar Kuadrat AVE dan Korelasi antar Konstruks Laten	Akar Kuadrat AVE > Korelasi antar Konstruks Laten
		Composite Reliability	Penelitian Confirmatory > 0,70 Penelitian Exploratory > 0,60

Sumber: Data diolah peneliti (2023)

3.6.2 Analisis Inner Model (Model Struktural)

Evaluasi model struktural atau inner model adalah untuk memprediksi hubungan antar variabel laten. Inner model dievaluasi dengan mempertimbangkan persentase *variance* yang dijelaskan oleh nilai R-kuadrat untuk konstruksi laten endogen (Usman et al., 2020).

1) R-Square (R^2)

Nilai R-Square di tiap variabel laten endogen memiliki kekuatan dari model structural. R-Square berfungsi untuk menjelaskan pengaruh variabel laten endogen apakah mempunyai pengaruh yang substantif. Hasil nilai R-Square suatu variabel sebesar 0,75 artinya hasil kuat, 0,50 memiliki hasil moderate; dan 0,25 untuk hasil lemah. Hasil dari PLS R-square menjelaskan jumlah *variance* dari konstruk yang dijelaskan oleh model (Usman et al., 2020).

Tabel 3. 13 Rule of Thumb Analisis Inner Model

NO	Kriteria	Rule of Thumb
1	R-Square	0,19 = Lemah
		0,33 = Moderate
		0,67 = Kuat
		0,25 = Lemah
		0,50 = Moderate
2	R-Square	0,75 = Kuat
		0,02 = Lemah
		0,15 = Moderate
		0,35 = Kuat

Sumber: Data diolah peneliti (2023)

2) F-Square (F^2)

Selain nilai R-squared, evaluasi model PLS juga dapat dilakukan dengan menggunakan F-Square. F-Square digunakan untuk menentukan dampak relatif dari variabel eksogen terhadap variabel endogen. Hasil nilai F-Square sebesar 0,02 artinya hasil lemah, 0,15 memiliki hasil moderate; dan 0,35 untuk hasil kuat (Usman et al., 2020).

Tabel 3. 14 Rule of Thumb Analisis Inner Model

NO	Kriteria	Rule of Thumb
1	F-Square	0,19 = Lemah
		0,33 = Moderate
		0,67 = Kuat
2	F-Square	0,25 = Lemah
		0,50 = Moderate
		0,75 = Kuat
2	F-Square	0,02 = Lemah
		0,15 = Moderate
		0,35 = Kuat

Sumber: Data diolah peneliti (2023)

3.6.3 Pengujian Hipotesis Pengaruh Langsung

Yakni bertujuan untuk melihat hipotesis yang terdiri dari teori penelitian terdahulu kemudian dirasionalisasi dan diuji melalui suatu prosedur perhitungan algoritma yang sudah ditentukan. Tujuan dari analisis *direct effect* adalah untuk menguji hipotesis pengaruh langsung suatu variabel yang mempengaruhi (*independent*) terhadap variabel yang dipengaruhi (*dependent*). Kriteria pengujian hipotesis efek langsung oleh (Hair et al., 2017) adalah:

1) Koefisien jalur

- a. Jika koefisien jalur memiliki nilai positif, maka hasil pengaruh antar variabel adalah searah, jika nilai satu variabel meningkat, maka nilai variabel lainnya juga akan meningkat.
- b. Jika koefisien jalur memiliki nilai negatif, maka hasil pengaruh antar variabel akan berlawanan arah, jika nilai variabel satu variabel meningkat, maka nilai variabel yang lain akan berkurang.

2) Nilai probabilitas/signifikansi (P-Values)

- a. Jika nilai P-Value < 0.05 , maka data dapat dikatakan signifikan.
- b. Jika nilai P-Value > 0.05 , maka data dikatakan tidak signifikan.

