

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di fakultas Ekonomi UNJ yang Beralamatkan Jl. Rawamangun Muka, RT.11/RW.14, Rawamangun, Pulo Gadung, Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 13220, secara khusus partisipan dalam penelitian ini adalah mahasiswa FE UNJ yang Mengikuti Program Wirausaha Merdeka-Wirawiri UNJ.

2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian terhitung sejak November 2023 hingga Maret 2024 diawali dengan investigasi topik penelitian, pengajuan judul penelitian, perizinan dan pengolahan data. Berikut *timeline* tabel penyusunan Proposal skripsi:

Tabel 3.1 Timeline Penyusunan Skripsi

TAHAPAN	Sep '23	Okt '23	Nov '23	Des '23	Jan '24	Mar '24
Investigasi Topik Penelitian						
Pengajuan Judul Penelitian						
Penyusunan Bab 1						
Penyusunan Bab 2						
Penyusunan Bab 3						
Penyusunan Instrumen Penelitian						
Penyusunan Bab 4						

Penyusunan Bab 5							
------------------	--	--	--	--	--	--	--

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2023)

3.2 Pendekatan Penelitian

1. Metode Penelitian

Metode penelitian adalah cara peneliti dalam melakukan pengumpulan informasi maupun data yang akan diolah dan dianalisis. Menurut Rahmadi (2011), metodologi penelitian sebagai seperangkat pengetahuan tentang cara-cara yang sistematis dan logis tentang pencarian data yang berkaitan dengan masalah tertentu untuk diolah, dianalisis, diambil kesimpulan, dan selanjutnya dicarikan cara pemecahannya.

Sementara itu, metode penelitian yang peneliti gunakan adalah metode penelitian kuantitatif. Menurut Rahmadi (2011), penelitian kuantitatif yaitu prosedur penelitian yang menemukan pengetahuan dengan menggunakan data berupa angka sebagai alat menemukan keterangan mengenai apa yang ingin diketahui. Sehingga sebuah masalah ilmiah nantinya dapat diamati (diobservasi), dapat diuji, dan dapat diukur. Jenis penelitian yang dilakukan peneliti yaitu jenis penelitian deskriptif.

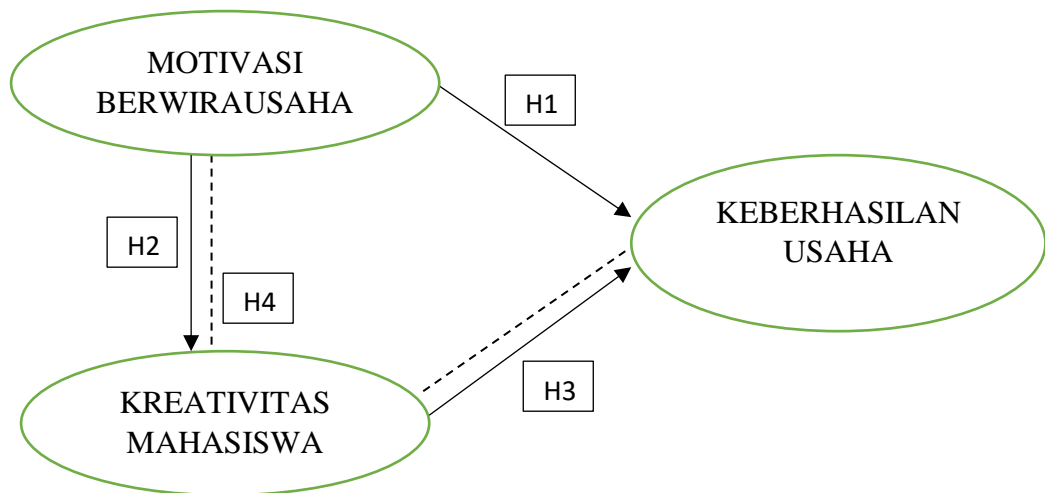
Menurut Rahmadi (2011), penelitian deskriptif adalah penelitian yang berusaha memberikan gambaran dengan sistematis dan cermat terhadap fakta-fakta aktual dan sifat-sifat populasi tertentu. Pada penelitian deskriptif ini, peneliti menggunakan metode survei untuk penyelidikan mendapatkan fakta-fakta dan mencari keterangan secara faktual yang akan disimpulkan dengan menyebarkan suatu kuesioner. Oleh karena itu, dalam penelitian ini akan dijelaskan mengenai adanya pengaruh variabel bebas

(*independent*) yakni *Motivasi* terhadap variabel terikat (*dependent*) yakni Keberhasilan Usaha dengan variabel mediasi yakni *Kreativitas*.

2. Konstelasi Hubungan

Penelitian ini menggunakan variabel yaitu *Motivasi Berwirausaha* (X1), dan *Keberhasilan Usaha* (Y), serta *Kreativitas Mahasiswa* (X2).

Gambar konstelasi penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 3.1 berikut:



Gambar 3.1 Konstelasi Penelitian

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2023)

Keterangan :

————▶ = Arah Pengaruh Langsung

-----▶ = Arah Pengaruh Tidak Langsung

3.3. Populasi dan Sampel

Menurut Rahmadi (2011), dalam penelitian kuantitatif pembicaraan tentang subjek penelitian akan erat kaitannya dengan populasi dan sampel serta teknik *sampling*. Hal ini berkaitan dengan subjek penelitian yang akan diteliti dan berapa banyak jumlah subjek yang akan digali informasinya. Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian atau gejala/satuan yang akan

diteliti. Pada penelitian ini populasi adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi UNJ yang Berjumlah 158 Mahasiswa.

Sedangkan sampel merupakan bagian atau wakil dari populasi. Rahmadi (2011) juga menjelaskan, penelitian yang menggunakan sampel tidak meneliti keseluruhan populasi, tetapi hanya sebagian dari populasi yang diteliti. Kemudian penelitian yang hanya menggunakan sejumlah sampel dari populasi disebut studi *sampling*. Teknik *random sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel secara acak. Yakni pengambilan sampel yang memberikan kesempatan atau kemungkinan yang sama pada setiap individu dalam populasi untuk terpilih menjadi sampel. Berikut Tabel 3.2 Jumlah Mahasiswa FE UNJ yang Mengikuti Program Wirausaha Merdeka Wira-Wiri UNJ:

Table 3. 2 Jumlah Populasi Penelitian

No.	Program Studi	Jumlah
1.	Akutansi	0
2.	Bisnis Digital	25
3.	Menejemen	23
4.	Pendidikan Administrasi Perkantoran	0
5.	Pendidikan Ekonomi	9
6.	Pendidikan Bisnis	39
7.	D4 Pemasaran Digital	36
8.	D4 Administarsi Perkantoran Digital	13
9.	D4 Akutansi Sektor Publik	13
10.	Pendidikan Akutansi	0
	TOTAL	158

Sumber: Wirausaha Merdeka Wira-Wiri UNJ (2023)

Berdasarkan populasi tersebut, penelitian ini menggunakan rumus slovin untuk menentukan jumlah sampel (Sinaga, 2014). Adapun dengan

derajat kepercayaan 95%, maka tingkat kesalahan yaitu 5%. Sehingga peneliti dapat menentukan batasan minimal sampel yang dapat memenuhi syarat *margin of eror* sejumlah 5%. Di bawah ini *margin of eror* yang dihitung dengan rumus slovin, sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2} = \frac{158}{1 + 158 \cdot 0,05^2} = \frac{158}{1 + 158 \cdot 0,0025} = \frac{158}{1 + 0,395} = \frac{158}{1,395} = 113,26$$

dibulatkan menjadi 113

Keterangan :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah Populasi

e = *Margin of Error*

3.4. Penyusunan Instrumen

Penelitian ini terdiri dari 3 (tiga) variabel, yaitu *variabel Motivasi (X1)*, *Kreativitas (X2)*, dan *Keberhasilan Usaha (Y)*. Berikut penyusunan instrumennya:

1. Keberhasilan Usaha (Y)

a. Definisi Konseptual

Keberhasilan dalam suatu usaha merupakan keinginan setiap individu maupun suatu kelompok atau bisa disebut dengan wirausaha. Seorang wirausaha dalam membuka usahanya tentu memikirkan visi misi dalam menjalankan usahanya, bagaimana usaha tersebut kedepannya dapat berhasil. setiap wirausaha pasti selalu menginginkan agar mendapatkan penghasilan yang tetap dalam pekerjaannya. Namun tidak semua pekerjaan yang dijalankan oleh setiap wirausaha atau kelompok dapat menjanjikan

penghasilan yang tetap. Secara sosial, seorang wirausaha yang bekerja tetap mendapatkan status sosial yang lebih terhormat di mata masyarakat dari pada yang tidak bekerja maupun memiliki pekerjaan, tetapi tidak tetap. Seorang wirausaha yang bekerja secara kemampuan yang dia miliki sendiri maka harga diri dan kompetensi dirinya akan meningkat.

Menjadi wirausaha jelas berisiko tinggi tetapi hal itu seimbang dengan apa yang akan diperoleh dari hasil berwirausaha yang mungkin jika berhasil dan sukses akan memperoleh pendapatan dan penghasilan yang sangat menggiurkan. Keberhasilan menjadi wirausaha berkaitan erat dengan komunikasi yang dilakukan dan juga kecerdasan dan kecakapan emosi seseorang. Komunikasi tidak hanya dapat dilakukan dengan orang lain (interpersonal), namun juga dilakukan dengan diri sendiri (intrapersonal). Kedua jenis komunikasi ini hendaknya dibangun secara bersama-sama. Tidak mudah tentunya bagi kita untuk memperkenalkan diri kepada orang lain jika kita tidak mengenal diri kita sendiri dengan baik. Itulah sebabnya komunikasi mutlak diperlukan dalam kehidupan sosial manusia.

b. Definisi Operasional

Sebagai ukuran keberhasilan usaha dalam pencapaian maksud atau tujuan yang diharapkan, sebagai ukuran keberhasilan usaha suatu perusahaan dapat dilihat dari berbagai aspek seperti:

Kinerja keuangan dan image perusahaan. Ranto (dalam Dauly dan Ramadini, 2013:3) juga berpendapat “keberhasilan berwirausaha tidaklah identik dengan seberapa berhasil seseorang mengumpulkan uang atau harta serta menjadi kaya, karena kekayaan bisa diperoleh dengan berbagai cara

sehingga menghasilkan nilai tambah. Berusaha lebih dilihat daribagaimana seseorang bisa membentuk, mendirikan, serta menjalankan usaha dari sesuatu yang tadinya tidak berbentuk, tidak berjalan atau mungkin tidak ada sama sekali.

c. Instrumen Penelitian

Dimensi dan indikator diadaptasi dari, Putri dkk (2012), kembaren (2009), Sagita (2012) dan Riyanti, (2003). Skala ini diukur dengan skala likert 1= sangat tidak setuju hingga 5= sangat setuju).

Table 3. 3 Instrumen Keberhasilan Usaha

Variabel	Indikator	No Item	Sumber
Keberhasilan Usaha	Laba/Keuntungan	1, 2	Putri dkk (2012); Kembaren (2009); Sagita (2012)
	Produktivitas	3, 4	
	Daya Saing	5, 6	
	Kompetensi dan Etika Usaha	7, 8	
	Terbangunnya Citra Baik	9, 10	

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2023)

2. Motivasi (X1)

a. Definisi Konseptual

Motivasi adalah pendorong kerja yang bersumber dari luar diri pekerja sebagai individu berupa suatu kondisi yang mengharuskannya melaksanakan pekerjaan secara maksimal. Misalnya berpengalaman dalam bekerja.

b. Definisi Operasional

Kata motivasi berasal dari bahasa latin *movere* yang berarti menggerakkan. Istilah motivasi aspek tingkah laku manusia yang mendorong untuk berbuat atau tidak berbuat. Motivasi dari kata motif yang artinya sesuatu yang mendorong dari dalam dirinya seseorang untuk

bertindak atau berperilaku. Beberapa pendapat mengenai motivasi menurut para ahli, mengemukakan bahwa motivasi merupakan suatu kekuatan potensial yang ada di dalam diri seorang manusia, yang dapat dikembangkannya sendiri atau dikembangkan oleh sejumlah kekuatan luar yang pada intinya berkisar sekitar imbalan moneter dan imbalan non moneter, yang dapat mempengaruhi hasil kinerjanya secara positif atau negatif. Dapat disimpulkan bahwa motivasi karyawan adalah dorongan dari dalam diri maupun dari luar diri seseorang untuk melakukan suatu tindakan untuk mencapai suatu tujuan yang telah ditentukan dalam sebuah organisasi.

c. Instrumen Penelitian

Dimensi dan indikator diadaptasi dari Hasibuan (2016); dan Mangkunegara (2015) untuk mengukur variabel *motivasi*. Skala ini diukur dengan skala likert 1= sangat tidak setuju hingga 5= sangat setuju).

Tabel 3.4 Instrumen Motivasi

Variabel	Indikator	No Item	Sumber
Motivasi Berwirausaha	Kemandirian	1, 2, 3, 4, 5	Harie dan Andayanti (2020) ; Mangkunegara (2015)
	Reliasasi Diri	6, 7, 8, 9, 10, 11	
	Faktor Pendorong	12, 13, 14	

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2023)

3. Kreativitas (X2)

a. Definisi Konseptual

Kreativitas adalah ide atau gagasan dan kemampuan berpikir kreatif. Menurut Suryana (2017) Kreativitas adalah cara berfikir tentang kebaruan (novelty), perbedaan (different), kegunaan (utility), dan dapat dimengerti (understable) untuk menghasilkan suatu produk dalam berbisnis.

b. Definisi Operasional

Kreativitas dan inovasi merupakan sebuah sentral utama dalam melakukan aktivitas usaha. Menurut Barringer & Ireland (2006) mendefinisikan bahwa kreativitas dan inovasi tidak dapat dipisahkan dari kegiatan kewirausahaan dikarenakan diwujudkan dalam tindakan ketika menjalankan suatu perusahaan.

Tindakan, gagasan maupun produk apapun yang mengubah domain yang ada menjadi baru dapat dikatakan sebagai kreativitas (Mullan & Kenworthy, 2016). Pada konteks bisnis, kreativitas sering diartikan kedalam pengembangan ide, inovasi produk baru, dan meningkatkan inovasi yang ada (Cahayani, 2013). Kreativitas merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dari keterampilan-keterampilan kewirausahaan karena sangat diperlukan untuk memulai usaha pada organisasi (Baldacchino, 2009).

c. Instrumen Penelitian

Dimensi dan indikator diadaptasi dari Suryana (2017), Kotler, (2014), dan Wibowo (2011) untuk mengukur variabel *Kreativitas*. Skala ini diukur dengan skala likert 1= sangat tidak setuju hingga 5= sangat setuju).

Tabel 3.5 Instrumen Kreativitas

Variabel	Indikator	No Item	Sumber
Kreativitas	Kesadaran dan Sensivitas terhadap Masalah	1, 2	Suryana (2017); Kotler (2014); Wibowo (2011)
	Fleksibilitas	3, 4, 5, 6	
	Originalitas	7, 8	
	Kemampuan Adaptasi	9, 10, 11, 12	
	Permainan Intelektual	13, 14, 15	

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2023)

3.5. Model Penelitian

Model penelitian ini dilakukan secara bertahap untuk mencari model yang sesuai antara variabel dan konstruk penelitian. Model awal (*First Model*) penelitian ini mencakup tiga variabel, yaitu Keberhasilan usaha (variabel terikat), *motivasi* (variabel bebas), dan *kreativitas* (variabel mediasi).

3.6. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah teknik survei yang hanya menggunakan sampel dari populasi. Jenis survei ini disebut *sample survey method*. Sedangkan pengukuran yang digunakan pada penelitian ini menggunakan skala likert. Taluke et al. (2019) menjelaskan, skala likert adalah suatu skala psikometrik yang umum digunakan dalam kuesioner, dan merupakan skala yang paling banyak digunakan dalam riset maupun survei. Ada dua bentuk pernyataan yang menggunakan skala likert, yaitu pernyataan positif dan pernyataan negatif. pernyataan positif diberi skor 1, 2, 3, 4, dan 5. Sedangkan pernyataan negatif diberi skor 5, 4, 3, 2, dan 1. Bentuk jawaban skala likert terdiri dari “Sangat Tidak Setuju” sampai “Sangat Setuju”. Berikut merupakan model Skala Likert yang digunakan:

Tabel 3.6 Skala Likert

Keterangan	Skor Pernyataan	
	Positif	Negatif
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5
Tidak Setuju (TS)	2	4
Netral	3	3
Setuju (S)	4	2
Sangat Setuju (SS)	5	1

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2023)

3.7. Teknik Analisis Data

Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis verifikatif dengan alat analisis *Partial Least Square* (PLS) versi 3.0. Menurut Hussein (2015), PLS menggunakan metode *bootstrapping* atau penggandaan secara acak.

Dengan demikian maka PLS tidak mensyaratkan jumlah minimum sampel. Penelitian yang memiliki sampel kecil dapat tetap menggunakan PLS. Sedangkan jumlah sampel yang digunakan dapat berkisar antara 30-100. PLS merupakan analisis persamaan *Structural Equation Modelling* (SEM) yang berbasis varians, dengan tujuan dari penggunaan PLS yaitu melakukan prediksi hubungan antar konstruk (Hussein, 2015).

Berikut ini adalah teknik analisa yang dilakukan dengan metode PLS, meliputi 4 (tiga) tahap (Hussein, 2015), yaitu:

1. Pengujian Validitas dan Reabilitas

Uji validitas sebagaimana ditegaskan oleh Bungin (2015) sangat penting dalam menggunakan alat ukur, karena keakuratan alat ukur harus baik untuk meningkatkan efektivitas pengukuran bobot data yang diinginkan dari instrumen tersebut.. Perangkat lunak SmartPLS 3..2..9 memungkinkan validasi dinyatakan sebagai nilai faktor pemuatan untuk setiap indeks.. Pengecekan validitas kriteria PLS meliputi pengecekan nilai factor loading.. Syarat validasi mengasumsikan nilai faktor loading $> 0,7$ maka indikator tersebut dapat dikatakan valid (Ghozali, I., & Latan, 2015).

Pengujian setelah uji validitas yaitu melakukan pengujian reliabilitas dari konstruk dengan indikator yang valid. Pengujian reliabilitas digunakan untuk mengukur reliabel atau handal tidaknya suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Pengujian reliabilitas menggunakan software SmartPLS 3.2.9 adalah dengan melihat nilai composite reliability yang mana nilai harus di atas 0,7 serta didapatkan nilai loading factor setiap indikator > 0.7 untuk dinyatakan reliabel (Ghozali, I., & Latan, 2015).

2. Analisa Outer Model

Analisa ini dilakukan untuk memastikan bahwa *measurement* yang digunakan layak untuk dijadikan pengukuran (valid dan reliabel). Analisa *Outer Model* mespesifikasi hubungan antar variabel laten dengan indikator-indikatornya atau dapat dikatakan *Outer Model* mendefinisikan bagaimana setiap indikator berhubungan dengan variabel latennya.

Berikut uji Kriteria, Annalisis menurut (Ghozali, I., & Latan, 2015), *Outer Model*:

a. *Convergent Validity*

Nilai *Convergent Validity* adalah nilai *loading factor* pada variabel laten dengan indikator-indikatornya. Nilai yang diharapkan $>0,7$.

b. *Discriminant Validity*

Nilai *Discriminant Validity* merupakan nilai *cross loading factor* yang berguna untuk mengetahui apakah konstruk memiliki diskriminan yang memadai yaitu dengan cara membandingkan nilai *loading* pada konstruk yang dituju harus lebih besar dibandingkan dengan nilai *loading* dengan konstruk yang lain.

c. *Composite Reliability*

Data yang memiliki *composite reliability* $>0,7$ mempunyai reliabilitas yang tinggi.

d. *Average Variance Extracted (AVE)*

Nilai AVE yang diharapkan $>0,5$

e. *Cronbach Alpha*

Uji reliabilitas diperkuat dengan *Cronbach Alpha*. Nilai yang diharapkan $>0,6$ untuk semua konstruk.

3. Analisa Inner Model

Inner Model atau Pengukuran Bagian Dalam disebut juga sebagai model struktural. Model struktural adalah model yang menghubungkan antara variabel laten eksogen (independen) dan variabel laten endogen (dependen). Pada penelitian ini, yang menjadi variabel eksogen (independen) adalah *motivasi*, dan yang menjadi variabel endogen (dependen) adalah keberhasilan usaha. Pengaruh keduanya dimediasi oleh *keaktivitas*. Analisa ini dilakukan untuk memastikan bahwa model struktural yang dibangun *robust* (kuat) dan akurat. Dilansir oleh Hidayat (2018), pengukuran model struktural pada SEM PLS adalah sebagai berikut:

Nilai *R-Squared* (R^2) digunakan untuk menilai seberapa besar pengaruh variabel laten independen tertentu terhadap variabel laten dependen. R^2 variabel laten endogenous:

- a. Nilai R^2 sebesar 0,75 dikategorikan sebagai pengaruh besar/kuat variabel laten independen terhadap variabel laten dependen.

- b. Nilai R^2 sebesar 0,50 dikategorikan sebagai pengaruh sedang variabel laten independen terhadap variabel laten dependen.
- c. Nilai R^2 sebesar 0,25 dikategorikan sebagai pengaruh kecil/lemah variabel laten independen terhadap variabel laten dependen.

Analisis *f-square effect size* (f^2) digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel prediktor terhadap variabel dependen. Berikut ukuran pengaruh f^2 :

- a. Nilai f^2 sebesar 0,02 dikategorikan sebagai pengaruh lemah variabel laten prediktor (variabel laten eksogenous) pada tataran struktural.
- b. Nilai f^2 sebesar 0,15 dikategorikan sebagai pengaruh cukup variabel laten prediktor (variabel laten eksogenous) pada tataran struktural.
- c. Nilai f^2 sebesar 0,35 dikategorikan sebagai pengaruh kuat variabel laten prediktor (variabel laten eksogenous) pada tataran struktural.

4. Pengujian Hipotesis

a) Analisis Direct Effect (Pengaruh Langsung): Path Coefficient (Koefisien Jalur)

Analisis direct effect berguna untuk menguji hipotesis pengaruh langsung suatu variabel independen terhadap variabel dependen (Haryono, 2016). Adapun kriterianya sebagai berikut:

1) Path Coefficients (Koefisien Jalur)

- (a) Jika nilai path coefficients (koefisien jalur) adalah positif, maka pengaruh suatu variabel independen terhadap variabel dependen adalah searah. Oleh karena itu, jika nilai suatu variabel independen meningkat/naik, maka nilai variabel dependen juga meningkat/naik (Haryono, 2016).

(b) Jika nilai path coefficients (koefisien jalur) adalah negatif, maka pengaruh suatu variabel independen terhadap variabel dependen adalah berlawanan arah. Oleh karena itu, jika nilai suatu variabel independen meningkat/naik, maka nilai variabel dependen juga menurun (Haryono, 2016).

2) Nilai Probabilitas/Signifikansi (p-value)

(a) Nilai p-values $< 0,05$, maka pengaruh antara variabel signifikan.

(b) Nilai p-values $> 0,05$, maka pengaruh antara variabel tidak signifikan

b) Analisis Indirect Effect (Pengaruh Tidak Langsung)

Analisis *Indirect Effect* (Pengaruh Tidak Langsung) dimaksudkan untuk menguji pengaruh tidak langsung pada suatu variabel independen terhadap variabel dependen yang dimediasi oleh variabel *intervening*. Pada penelitian ini variabel yang menjadi *intervening* yaitu *kreativitas*.

Menurut Haryono (2016) dalam bukunya menjelaskan bahwa kriteria atau ukuran pada analisis *Indirect Effect* (Pengaruh Tidak Langsung) yaitu sebagai berikut:

1) Nilai p-value $< 0,05$, menunjukkan bahwa signifikan yang pengaruhnya secara tidak langsung, maka variabel *intervening* mempunyai peran dalam memediasi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

2) Nilai p-value $> 0,05$, menunjukkan bahwa tidak signifikan yang pengaruhnya secara tidak langsung, maka variabel *intervening* tidak mempunyai peran dalam memediasi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Data

1. Deskripsi Data

Berdasarkan uraian pada paragraf-paragraf bab sebelumnya, pengambilan data pada penelitian ini dengan cara menyebarkan kuesioner pada mahasiswa sebesar 113 responder sebagai acuan dalam melihat karakteristik responden yang menjadi sampel penelitian. Demografi responden dalam penelitian ini berupa Usia, Jenis Kelamin, Prodi, Pekerjaan orangtua, Latar Belakang Pendidikan orangtua.

Adapun informasi demografi dari responden penelitian ini secara lengkap dapat dilihat pada Tabel IV.1 berikut:

Tabel 4. 1. Informasi Demografi Responden Penelitian

S/No.	Karakteristik	Frekuensi	Persentase
1	Jenis kelamin		
	Perempuan	70	61,95%
	Laki-laki	43	38,05%
2	Prodi		
	Akutansi	5	4,42%
	D4 Pemasaran Digital	26	23,01%
	Bisnis Digital	11	9,73%
	D4 Administarsi Perkantoran Digital	9	7,96%
	Menejemen	5	4,42%
	D4 Akutansi Sektor Publik	8	7,08%
	Pendidikan Administrasi Perkantoran	0	0,00%

	Pendidikan Ekonomi	18	15,93%
	Pendidikan Bisnis	30	26,55%
	Pendidikan Akutansi	1	0,88%
3	Pekerjaan Orangtua		
	Wirausaha	28	24,78%
	Karyawan Swasta	41	36,28%
	PNS	32	28,32%
	Polisi / TNI	12	10,62%
4	Latar Belakang Pendidikan Orang Tua		
	SMA	45	39,82%
	D3	17	15,04%
	S1	34	30,09%
	S2	13	11,50%
	S3	4	3,54%

Sumber: data primer diolah oleh peneliti (2024).

2. Pengujian Persyaratan Analisis Data

Sebagaimana telah diuraikan pada bab sebelumnya, pengujian persyaratan data diperlukan agar data dapat dilanjutkan pada tahap analisis dan pengujian hipotesis. Dalam penelitian ini uji normalitas tidak diperlukan karena dalam SEM-PLS data tidak harus harus berdistribusi normal. Adapun tahapan pengujian persyaratan dalam penelitian ini meliputi: (1) evaluasi model pengukuran (*outer model*); (2) evaluasi model struktural (*inner model*), dan (3) analisis diskriptif, dan (4)

4.2. Hasil

4.2.1. Outer Model

Evaluasi outer model atau juga dikenal dengan pengukuran model, bertujuan untuk menilai validitas dan reliabilitas model. Sebagaimana telah diuraikan pada bab sebelumnya, pada evaluasi pengukuran model dilakukan

dengan cara menguji convergent validity, discriminant validity, composite reliability dan reliabilitas konstruk.

Convergent validity atau validitas convergent berkaitan dengan prinsip bahwa manifest variabel dari sebuah konstruk harus berkorelasi tinggi (Ghozali, 2015). Adapun uji validitas convergent indikator reflektif dengan program SmartPLS 3.0 dapat dilihat dari nilai loading factor untuk tiap indikator konstruk. Rule of thumb yang digunakan untuk menilai validitas convergent yaitu: untuk penelitian confirmatory nilai loading faktor > 0.70 , sedang untuk penelitian exploratory nilai loading faktor harus > 0.60 (Chin, 1998; Chin, 2010; Hair et al., 2013).

Uji discriminant validity berkaitan dengan prinsip bahwa manifest variabel konstruk yang berbeda, seharusnya tidak berkorelasi dengan tinggi. Cara untuk mengukur discriminant validity adalah dengan melihat nilai cross loading untuk setiap variabel harus > 0.70 . Jika korelasi konstruk dengan item pengukuran lebih besar daripada ukuran konstruk lainnya, maka akan menunjukkan bahwa konstruk laten memprediksi ukuran pada blok yang lebih baik daripada ukuran blok lainnya. Cara lain yang dapat digunakan untuk menguji discriminant validity adalah membandingkan nilai square root of Average Variance Extracted (AVE) setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk lainnya dalam model. Jika nilai akar AVE setiap konstruk lebih besar daripada nilai korelasi antar konstruk dengan konstruk lainnya dalam model, maka dapat diinterpretasi bahwa model memiliki nilai discriminant validity yang baik. Pengukuran ini dapat digunakan untuk

mengukur reabilitas component score variabel laten dan hasilnya lebih konservatif dibandingkan dengan composite reability.

Selanjutnya, uji composite reliability PLS-SEM dengan SmartPLS 3.0 dapat dilakukan melalui dua cara: Pertama, dengan melihat nilai Cronbach's Alpha (α), dimana untuk penelitian confirmatory nilai $\alpha > 0.70$. Sedangkan untuk penelitian yang sifatnya exploratory maka nilai $\alpha > 0.60$ (Chin, 1998; Chin, 2010; Hair et al., 2013). Kedua, dengan melihat nilai composite reliability (CR) di mana untuk penelitian confirmatory nilai CR > 0.70 , sedangkan untuk penelitian exploratory nilai CR kisaran 0.60-0.70 (Chin, 1998; Chin, 2010; Hair et al., 2013). Tabel 4.2 menunjukkan nilai dari convergent validity, discriminant validity, dan composite reliability masing-masing variabel.

Tabel 4.2 merupakan hasil pengukuran model (outer model). Berdasarkan tabel 4.2 diketahui bahwa variabel motivasi memiliki 14 butir indikator, yang merupakan hasil dari pengembangan diskripsi konseptual atau kajian teoretik. Masing-masing indikator diberikan kode "motivasi" (MO) 1 sampai dengan 14. Berdasarkan uji validitas convergent (tabel 4.2), diketahui semua indikator pada variabel MO memiliki nilai loading faktor pada rentang 0.763-0.852. Berdasarkan hasil pengujian (tabel 4.2) diketahui bahwa dari 14 butir indikator 6 butir indikator yaitu MO1, MO11, MO13, MO5, MO7, dan MO9 memiliki nilai loading faktor di atas 0.70 atau > 0.70 . Dengan demikian, mengacu pendapat Chin (1998), Chin (2010) dan Hair et al (2013) 6 butir indikator pada variabel MO memenuhi validitas convergent. Sedangkan 8 butir indikator MO yaitu MO2, MO3, MO4, MO6,

MO8, MO10, MO12, dan MO14 harus dihapus karena memiliki nilai loading faktor di bawah 0.70 atau < 0.70 . Selanjutnya, tabel 4.2 menunjukkan bahwa nilai AVE variabel motivasi (MO) sebesar $0.642 > 0.50$, dengan demikian memenuhi discriminant validity (Chin, 1998; Chin, 2010; Hair et al., 2013). Tabel 4.2 juga menunjukkan bahwa nilai CR dan Cronbach Alpha (α) variabel motivasi masing-masing sebesar 0.915 dan $0.888 > 0.70$, sehingga memenuhi composite reliability.

Selanjutnya, tabel 4.2 menginformasikan bahwa variabel kreativitas memiliki 15 butir indikator, yang merupakan hasil dari pengembangan diskripsi konseptual atau kajian teoretik. Masing-masing indikator diberikan kode “KR” 1 sampai dengan 15. Berdasarkan uji validitas convergent (tabel 4.2), diketahui bahwa dari 15 indikator pada variabel KR delapan diantaranya memiliki nilai loading faktor pada rentang 0.761-0.858 atau > 0.70 . Dengan demikian, mengacu pendapat Chin (1998), Chin (2010) dan Hair et al (2013) delapan indikator pada variabel KR (KR1, KR11, KR13, KR15, KR3, KR5, KR7, dan KR9) memenuhi discriminant validity. Adapun tujuh dari indikator kreativitas yaitu KR2, KR3, KR4, KR6, KR8, KR10 dan KR12 harus dihapus karena memiliki nilai loading faktor di bawah 0.70 atau < 0.70 (Chin, 1998; Chin, 2010; Hair et al., 2013). Tabel 4.2 juga menginformasikan bahwa nilai AVE variabel kreativitas sebesar $0.636 > 0.50$, sehingga memenuhi discriminant validity (Chin, 1998; Chin, 2010; Hair et al., 2013). Sebagaimana nilai AVE, nilai CR dan Cronbach Alpha (α) dari variabel kreativitas masing-masing sebesar 0.933 dan $0.918 > 0.70$, sehingga memenuhi composite reliability.

Terakhir, tabel 4.2 juga menginformasikan bahwa variabel keberhasilan usaha (KU) memiliki 10 butir indikator, yang merupakan hasil dari pengembangan diskripsi konseptual atau kajian teoretik. Masing-masing indikator diberikan kode “KU” 1 sampai dengan 10. Berdasarkan uji validitas *convergent* (tabel 4.2), diketahui bahwa dari 10 indikator pada variabel KU lima diantaranya memiliki nilai loading faktor pada rentang 0.708-0.837 atau > 0.70 . Dengan demikian, mengacu pendapat Chin (1998), Chin (2010) dan Hair et al (2013) lima indikator pada variabel KU yaitu KU1, KU3, KU5, KU7, dan KU9 memenuhi validitas diskriminan. Adapun lima dari indikator keberhasilan usaha yaitu KU2, KU4, KU6, KU8, dan KU10 harus dihapus karena memiliki nilai loading faktor di bawah 0.70 atau < 0.70 (Chin, 1998; Chin, 2010; Hair et al., 2013). Tabel 4.2 juga menginformasikan bahwa nilai AVE variabel keberhasilan usaha (KU) sebesar sebesar 0.618 > 0.50 , sehingga memenuhi *discriminant validity* (Chin, 1998; Chin, 2010; Hair et al., 2013). Sebagaimana nilai AVE, nilai CR dan Cronbach Alpha (α) dari variabel keberhasilan usaha masing-masing sebesar 0.890 dan 0.844 > 0.70 , sehingga memenuhi *composite reliability*. Adapun secara lengkap hasil pengukuran model (*outer model*) dapat dilihat pada tabel 4.2 berikut:

Tabel 4.2 Hasil Pengukuran Model (Outer Model)

Konstruk	Item	Loading	CR	Cronbach Alpha (α)	AVE
Motivasi (MO)	MO1	0.852	0.915	0.888	0.642
	MO11	0.798			
	MO13	0.791			
	MO5	0.832			
	MO7	0.770			
	MO9	0.763			

Kreativitas (KR)	KR1	0.780	0.933	0.918	0.636
	KR11	0.761			
	KR13	0.800			
	KR15	0.821			
	KR3	0.773			
	KR5	0.766			
	KR7	0.814			
	KR9	0.858			
Keberhasilan Usaha (KU)	KU1	0.708	0.890	0.844	0.618
	KU3	0.757			
	KU5	0.794			
	KU7	0.827			
	KU9	0.837			

Sumber: data primer diolah oleh peneliti (2024).

Selain itu, berdasarkan tabel 4.3 juga diketahui nilai cross loading variabel kreativitas (KR), keberhasilan usaha (KU), dan motivasi (MO) lebih besar dari 0.70. Dengan demikian, mengacu pendapat Chin (1998), Chin (2010) dan Hair et al (2013) variabel kreativitas (KR), keberhasilan usaha (KU), dan motivasi (MO) memenuhi validitas convergent. Adapun secara lengkap hasil uji validitas diskriminant, dapat dilihat pada tabel 4.3 berikut:

Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Discriminant (Discriminant Validity)

Variabel	KR	KU	MU
Kreativitas (KR)	0.797		
Keberhasilan Usaha (KU)	0.782	0.786	
Motivasi (MO)	0.842	0.804	0.802

Sumber: data primer diolah oleh peneliti (2024)

4.2.2. Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian digunakan untuk mengukur seberapa baik nilai dari suatu instrumen yang dikembangkan. Semakin baik nilai suatu instrumen maka semakin baik dalam mewakili suatu pernyataan. Untuk mengetahui valid atau tidaknya data dapat diketahui dengan melihat

nilai korelasi yang harus $>0,70$. Untuk *loading* nilai $0,50 - 0,70$ masih dapat diterima atau dinilai cukup dengan melihat output korelasi antara indikator dengan konstruksya. Berikut adalah hasil uji validitas konvergen dari penelitian ini dilihat dari *outer loading*:

Dari *output outer loading* di atas masing-masing indikator memiliki korelasi antara indikator dan konstruksya. Selanjutnya, uji validitas diskriminan yang dapat dilihat dari *cross loading* sebagai berikut:

	Motivasi Berwirausaha	Kreativitas Mahasiswa	Keberhasilan Usaha
KR1	0,780	0,592	0,692
KR11	0,761	0,601	0,695
KR13	0,800	0,659	0,696
KR15	0,821	0,645	0,649
KR3	0,773	0,606	0,639
KR5	0,766	0,628	0,628
KR7	0,814	0,582	0,672
KR9	0,858	0,671	0,693
KU1	0,590	0,708	0,535
KU3	0,543	0,757	0,643
KU5	0,647	0,794	0,613
KU7	0,649	0,827	0,681
KU9	0,641	0,837	0,677
MO1	0,684	0,649	0,852
MO11	0,730	0,643	0,798
MO13	0,697	0,651	0,791
MO5	0,631	0,689	0,832
MO7	0,616	0,610	0,770
MO9	0,682	0,618	0,763

Dapat dilihat dari output *cross loading* di atas, hasil dari masing-masing variabel memiliki nilai $> 0,50$ yang sudah dianggap cukup dan diterima sehingga dari uji validitas, penelitian ini memiliki nilai valid yang baik.

4.2.3. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk membuktikan konsistensi, akurasi, dan ketepatan instrumen dalam mengukur konstruk. Syarat yang digunakan untuk menilai reliabilitas konstruk adalah nilai *composite reliability* dan *Cronbach's Alpha* harus $> 0,70$. Berikut adalah hasil uji reliabilitas dari penelitian ini:

	Cronbach's Alpha	rho_A	Reliabilitas Komposit	Rata-rata Varians Diekstrak (AVE)
Motivasi Berwirausaha	0,918	0,918	0,933	0,636
Kreativitas Mahasiswa	0,844	0,849	0,890	0,618
Keberhasilan Usaha	0,888	0,889	0,915	0,642

Dari hasil uji reliabilitas di atas maka dapat disimpulkan bahwa uji reliabilitas dari masing-masing variabel bernilai baik karena nilai *Cronbach's Alpha* dan *composite reliability* $> 0,70$ sehingga dapat disimpulkan bahwa setiap variabel dalam penelitian ini telah memenuhi syarat karena semua variabel memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi.

4.2.4. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah uji yang dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi yang besar pada variabel bebas dalam penelitian. Berikut adalah hasil dari uji multikolinearitas dari penelitian ini:

	VIF
KR1	2,261
KR11	2,296
KR13	2,376
KR15	2,736
KR3	2,220
KR5	2,274
KR7	2,655
KR9	3,334
KU1	1,511
KU3	1,789
KU5	1,916
KU7	2,080
KU9	2,142
MO1	2,669
MO11	2,028
MO13	1,950
MO5	2,461
MO7	1,882
MO9	1,810

Berdasarkan hasil *output* di atas, tidak ada nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) < 10 maka tidak terjadi masalah multikolinearitas pada penelitian ini.

4.2.5. Inner Model

Setelah melakukan evaluasi model pengukuran atau *outer model*, langkah selanjutnya adalah melakukan evaluasi *inner model* atau juga dikenal sebagai evaluasi model struktural. Sebagaimana telah diuraikan pada bab sebelumnya, Hair et al., (2013) merekomendasikan lima tahap prosedur dalam uji model struktural, yang meliputi: (1) Menguji collinearity; 2) Menguji level dari R-Square atau R^2 ; (3) menguji efek ukuran f^2 dan (4) menguji prediksi relevan dari Q^2 .

1) Menguji Collinearity

Sebagaimana telah dijelaskan sebelumnya, uji collinearity dilakukan untuk melihat apakah antar variabel terjadi collinearity yang tinggi atau tidak. Cara yang dilakukan adalah dengan melihat nilai koefisien *Variance Inflation Factor* (VIF), di mana nilai VIF harus lebih rendah dari 5.00 (Hair, Hult, et al., 2013). Tabel 4.4 merupakan hasil dari uji collinearity semua variabel, di mana nilai koefisien $VIF < 5.00$, sehingga tidak terjadi collinearity. Dengan demikian, semua indikator dari konstruk yang diuji valid. Adapun secara lengkap hasil uji collinearity dapat dilihat pada tabel 4.4 berikut ini:

Tabel 4.4 Tabel Nilai Koefisien Variance Inflation Factor (VIF)

	KR	KU	MO
Kreativitas (KR)		3.429	
Keberhasilan Usaha (KU)			
Motivasi (MO)	1.000	3.429	

Sumber: data primer diolah oleh peneliti (2020).

2) Menguji Level R-Square atau R^2

Uji level R-Square atau R^2 bertujuan untuk melihat apakah setiap variabel laten endogen memiliki kekuatan prediksi terhadap model atau tidak. Ringkasnya, nilai R^2 menunjukkan kekuatan akurasi dari prediksi (Hair, Hult, et al., 2013). Sebagaimana dijelaskan pada bab sebelumnya, *rule of thumb* dari R^2 nilai 0.75, 0.50 dan 0.25 menunjukkan bahwa model substansial, moderat, dan lemah (Hair, Hult, et al., 2014). Sedangkan menurut Chin (1998), nilai 0.67, 0.33 dan 0.19 menunjukkan model kuat, moderat dan lemah. Peneliti mempergunakan pendapat Chin (1998) untuk *rule of thumb* dari R^2 .

Berdasarkan tabel 4.5 diketahui nilai R^2 dari variabel kreativitas 0.708 yang bermakna bahwa sebesar 70.8 % varian kreativitas dapat dijelaskan oleh variabel motivasi dengan level prediksi kuat. Selanjutnya, nilai R^2 variabel keberhasilan usaha 0.684 yang bermakna bahwa sebesar 68.4 % varian keberhasilan usaha dapat dijelaskan oleh variabel motivasi dan kreativitas dengan level prediksi moderat. Adapun secara lengkap hasil uji R^2 dapat dilihat pada tabel 4.5 berikut ini:

Tabel 4.5 Hasil Uji R- Square (R^2)

Variabel Dependen	Nilai R^2
Kreativitas (KR)	0.708
Keberhasilan Usaha (KU)	0.684

Sumber: data primer diolah oleh peneliti (2020).

3) Menguji Efek Ukuran f^2

Sebagaimana telah diuraikan pada bab sebelumnya, uji efek/pengaruh ukuran (f^2) bertujuan untuk mengetahui seberapa luas ukuran pengaruh variabel laten prediktor (variabel laten eksogenous) terhadap model struktural (Ghozali, 2015). Pada uji efek/pengaruh ukuran (f^2), *rule of the thumb* yang digunakan mengacu pendapat Hair et al (2013) dan Chin (1998), dimana nilai 0.02, 0.15 dan 0.35 menunjukkan pengaruh ukuran kecil, menengah dan besar.

Tabel 4.6 merupakan hasil uji efek ukuran (f^2) masing-masing variabel laten prediktor terhadap model struktural. Berdasarkan tabel tersebut diketahui nilai f^2 variabel kreativitas (KR) terhadap variabel keberhasilan usaha (KU) sebesar 0.122, yang menunjukkan efek ukuran menengah/moderat. Nilai f^2 motivasi (MO) terhadap variabel keberhasilan usaha (KU) sebesar 0.229 yang menunjukkan efek ukuran moderat.

Selanjutnya, nilai f^2 variabel motivasi terhadap kreativitas sebesar 2.429 yang menunjukkan efek ukuran besar/luas. Adapun secara lengkap hasil uji efek ukuran (f^2) masing-masing variabel laten prediktor terhadap model struktural dapat dilihat pada tabel 4.6 berikut:

Tabel 4.6 Hasil Uji Efek Ukuran f^2 (Effect Size f^2)

	KR	KU	MO
Kreativitas (KR)		0.122	
Keberhasilan Usaha (KU)			
Motivasi (MO)	2.429	0.229	

Sumber: data primer diolah oleh peneliti (2024).

4) Menguji Prediksi Relevan Q^2

Sebagaimana telah diuraikan pada bab sebelumnya, uji prediksi relevan Q^2 bertujuan untuk mengukur seberapa baik nilai observasi yang dihasilkan oleh model dan juga estimasi parameternya. Nilai $Q^2 > 0$ (nol) memperlihatkan bahwa model mempunyai nilai predictive relevance. Adapun nilai $Q^2 < 0$ menunjukkan bahwa model kurang memiliki predictive relevance. Adapun rumus yang dipakai adalah sebagai berikut: $Q^2 = 1 - (1 - R^2)$. Berdasarkan hasil pengujian diketahui bahwa nilai Q^2 masing-masing variabel lebih besar dari 0, sehingga memperlihatkan bahwa bahwa model mempunyai nilai predictive relevance.

4.2.6. R Square

R square dilakukan untuk mengetahui seberapa besar variabel endogen (Y) dapat dijelaskan oleh variabel eksogen (X). Syarat nilai determinasi *R Square* diharapkan berada di antara nilai 0 - 1. Berikut adalah hasil uji *R Square* dari penelitian ini:

	R Square	Adjusted R Square
Kreativitas Mahasiswa	0,708	0,707
Keberhasilan Usaha	0,684	0,680

Berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi di atas, dapat disimpulkan bahwa nilai *R Square* untuk variabel endogen (Y) adalah sebesar 0,109. Maka dapat dijelaskan bahwa konstruk eksogen (X1, X2) secara serentak mempengaruhi konstruk endogen (Y) sebesar 0,109 atau 10,9%. Maka pengaruh konstruk eksogen X1, X2 terhadap Y termasuk lemah.

4.2.7. Path Coefficient

Uji *path coefficient* merupakan uji untuk mengetahui nilai koefisien jalur atau besarnya suatu hubungan atau pengaruh konstruk laten dengan menggunakan prosedur *bootstrapping*. Berikut adalah hasil perhitungan *bootstrapping* penelitian ini:

	Motivasi Berwirausaha	Kreativitas Mahasiswa	Keberhasilan Usaha
Motivasi Berwirausaha		0,363	
Kreativitas Mahasiswa			
Keberhasilan Usaha	0,842	0,498	

Dari hasil *output* tersebut dapat dilihat bahwa variabel independen yaitu fasilitas belajar memiliki nilai 0,170, motivasi belajar memiliki nilai 0,192, dan disiplin belajar memiliki nilai 0,115 terhadap variabel dependen

yaitu hasil belajar. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen adalah positif.

4.2.8. F Square

F dilakukan untuk menguji apakah terdapat pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen. Berikut adalah hasil uji *F Square* penelitian ini:

Tabel 4.7 F square

	Motivasi Berwirausaha	Kreativitas Mahasiswa	Keberhasilan Usaha
Motivasi Berwirausaha		0,122	
Kreativitas Mahasiswa			
Keberhasilan Usaha	2,429	0,229	

Berdasarkan *output* di atas maka dapat disimpulkan:

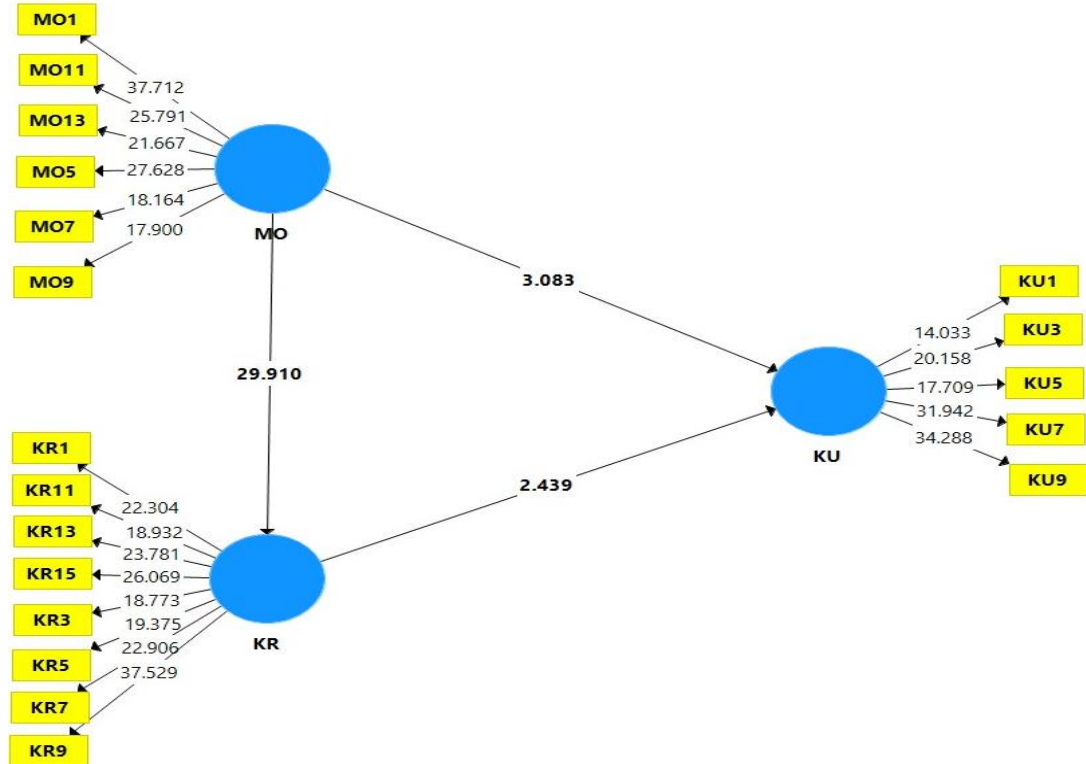
1. Variabel fasilitas belajar memiliki pengaruh relatif rendah yaitu 0,030 atau 3% terhadap variabel hasil belajar.
2. Variabel motivasi belajar memiliki pengaruh yang besar yaitu 0,333 atau 33% terhadap variabel hasil belajar.
3. Variabel disiplin belajar memiliki pengaruh relatif rendah yaitu 0,051 atau 5% terhadap variabel hasil belajar.

Dari perhitungan *F square* di atas maka dapat dikatakan bahwa masing-masing variabel memiliki rentang nilai 0,03 – 0,30 di mana ketiga variabel independen memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen.

4.2.9. Uji Hipotesis

Gambar 4.1 merupakan hasil uji model struktural pada penelitian ini, yang secara lengkap dijelaskan pada tabel 4.8. Model persamaan struktural tersebut digunakan untuk melihat apakah hipotesis yang telah dibuat signifikan atau tidak, apabila t-value pada hasil persamaan struktural >1.645 maka terdapat pengaruh yang signifikan antar variabel dan hipotesis dapat diterima (Hair et al., 2013; Chin, 1998). Selanjutnya, jika nilai t-value <1.645 maka pengaruh antar variabel tidak signifikan (Hair et al., 2013; Chin, 1998).

Berdasarkan tabel 4.8 diketahui dari empat hubungan antar variabel, semuanya yang memiliki nilai t-value >1.645 , yang artinya hubungan variabel tersebut signifikan satu sama lain.



Gambar 4.1 Model Struktural

Sumber: data primer diolah oleh peneliti (2024).

Tabel 4.8 Tabel Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Hubungan	B	SE	T-value	Confidence Interval (BC)		Keputusan
					LL	UL	
H ₁	MO → KU	0.498	0.162	3.083	0.206	0.729	H ₁ Diterima
H ₂	MO → KR	0.842	0.028	29.910	0.785	0.880	H ₂ Diterima
H ₃	KR → KU	0.363	0.149	2.439	0.131	0.614	H ₃ Diterima
H ₄	MO → KR → KU	0.306	0.124	2.460	0.096	0.501	H ₄ Diterima
Catatan: t-value > 1.645; p < 0.05; BC, bias corrected; UL, upper level; LL, lower level; SE, standard error; β, path coefficient							

Berdasarkan paparan pada tabel 4.8 di atas, dapat diketahui bahwa hasil uji dari empat hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengujian hipotesis pertama (H₁): Salah satu variabelnya adalah motivasi yang dipengaruhi dari hasil aksi sebelumnya. Norma subyektif, hendaknya dipengaruhi oleh kepercayaan dari komentar orang lain dan motivasi untuk menuruti kepercayaan ataupun komentar orang tersebut. Sederhananya, orang akan melaksanakan, apabila mempunyai nilai positif dari pengalaman yang telah terdapat serta aksi tersebut didukung oleh lingkungan orang tersebut. Selain itu teori ini digunakan sebagai pemahaman dari pengaruh motivasional terhadap perilaku.

Keberhasilan usaha dapat dipengaruhi oleh motivasi dimana salah satu kunci sukses untuk berhasil menjadi wirausahawan adalah motivasi yang kuat dalam berwirausaha. Motivasi sebagai dorongan mental yang menggerakkan dan mengarahkan perilaku manusia atas dasar kebutuhan oleh karena itu dengan adanya motivasi diharapkan dapat mencapai hasil yang maksimal dalam keberhasilan usaha.

Penelitian yang dilakukan oleh Nurvita & Budiarti, (2019) menyatakan bahwa variabel motivasi berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha. Kemudian penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sari, (2021) dimana juga menjelaskan bahwa motivasi berpengaruh terhadap keberhasilan usaha. Motivasi dapat mendorong seorang wirausaha memiliki kemauan yang kuat dan gigih dalam menjalankan usahanya untuk mencapai keberhasilan usaha. Motivasi merupakan kunci utama yang seringkali menjadikan suatu pihak memiliki keunggulan kompetitif. Motivasi berada dalam diri manusia yang tidak terlihat dari luar. Motivasi menggerakkan manusia untuk menampilkan tingkah laku ke arah pencapaian suatu tujuan tertentu, dengan semakin tinggi motivasi yang dikeluarkan pada diri wirausaha maka diharapkan akan berdampak pada keberhasilan usaha tersebut. motivasi secara signifikan berpengaruh terhadap keberhasilan usaha peserta Program Wirausaha Merdeka Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.8, diketahui nilai t-value H_1 sebesar $3.083 > 1.645$ yang bermakna signifikan. Dengan demikian, H_1 penelitian ini diterima.

2. Pengujian hipotesis kedua (H_2): Penelitian tentang pengaruh motivasi terhadap kreativitas usaha telah menjadi fokus perhatian dalam berbagai literatur. Sejumlah studi menyoroiti hubungan erat antara tingkat motivasi individu dan tingkat kreativitas yang dimiliki dalam konteks bisnis. Menurut Barroso-Tanoira (2017), motivasi memainkan peran kunci dalam meningkatkan kreativitas individu. Ketika individu merasa termotivasi secara intrinsik, seperti memiliki minat yang tinggi dalam pekerjaan atau

usaha yang mereka lakukan, mereka cenderung menunjukkan tingkat kreativitas yang lebih tinggi. Teori ini juga diperkuat oleh Fischer dkk (2019), yang menggarisbawahi pentingnya motivasi intrinsik, seperti rasa kepuasan dan kepuasan pribadi, dalam mempengaruhi tingkat kreativitas.

Namun, penting juga untuk mempertimbangkan aspek ekstrinsik dari motivasi, seperti imbalan finansial atau pengakuan atas prestasi. Sejumlah penelitian, seperti yang dilakukan oleh Sanny dkk (2013), menunjukkan bahwa hadiah ekstrinsik juga dapat mempengaruhi kreativitas individu dalam konteks bisnis. Selain itu, faktor-faktor lingkungan dan budaya dalam suatu organisasi atau lingkungan usaha juga berperan penting dalam memotivasi dan mendorong kreativitas. Lingkungan yang mendukung, memberikan otonomi, dan mendorong partisipasi aktif dapat meningkatkan motivasi individu untuk mengekspresikan ide kreatif mereka.

Secara keseluruhan, literatur menegaskan bahwa motivasi, baik itu yang bersifat intrinsik maupun ekstrinsik, memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kreativitas individu dalam konteks usaha. Faktor-faktor seperti lingkungan kerja yang mendukung juga turut memainkan peran penting dalam memfasilitasi hubungan antara motivasi dan kreativitas, yang pada gilirannya dapat memengaruhi keberhasilan usaha secara keseluruhan. motivasi secara signifikan berpengaruh terhadap kreativitas peserta Program Wirausaha Merdeka Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.8, diketahui nilai t-value H_2 sebesar $29.910 > 1.645$ yang bermakna signifikan. Dengan demikian, H_2 penelitian ini diterima.

3. Pengujian hipotesis ketiga (H_3): Keberhasilan usaha dapat tercapai dengan kreativitas yang tinggi oleh karena itu kreativitas penting untuk menciptakan keunggulan kompetitif dan juga penting bagi kesinambungan perusahaan. Artinya, dalam mencapai keberhasilan usaha diperlukan sumber daya manusia yang kreatif sekaligus berjiwa kewirausahaan. Wirausahalah yang dapat menciptakan nilai tambah dan keunggulan. Nilai tambah itu dihasilkan melalui kreativitas. Kreativitas didasari dengan perilaku dan kecintaan tiap individu serta kemauan untuk melakukan suatu hal.

Penelitian yang dilakukan oleh Wiranawata, (2019) menyatakan bahwa kreativitas berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sari, (2021) juga menjelaskan bahwa kreativitas berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha. Kreativitas kaitannya erat dengan keberhasilan usaha dimana seorang wirausaha harus memiliki ide-ide yang baru untuk menghasilkan jenis makanan apa yang sedang diminati para konsumen saat ini sehingga usahanya akan lebih dikenal. Selain itu, dengan mengembangkan kreativitas memberikan kemajuan dan perkembangan usahanya. Oleh karena itu kreativitas yang tinggi akan memacu wirausaha untuk mengembangkan usaha. kreativitas secara signifikan berpengaruh terhadap keberhasilan usaha peserta Program Wirausaha Merdeka Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.8, diketahui nilai t-value H_3 sebesar $2.439 > 1.645$ yang bermakna signifikan. Dengan demikian, H_3 penelitian ini diterima.

4. Pengujian hipotesis keempat (H₄): Penelitian yang mengeksplorasi peran mediasi variabel kreativitas dalam pengaruh motivasi terhadap keberhasilan usaha menarik perhatian karena hubungan yang kompleks antara faktor-faktor ini dalam konteks bisnis. Sejumlah studi telah menyoroti bahwa motivasi berperan penting dalam menggerakkan individu untuk mencapai tujuan bisnis Nurvita & Budiarti, (2019). Motivasi yang tinggi seringkali terkait dengan ketekunan, fokus, dan semangat yang kuat untuk mengatasi rintangan.

Namun, kreativitas juga menjadi faktor penting dalam keberhasilan usaha Wiranawata, (2019). Kreativitas memungkinkan individu untuk menghasilkan ide-ide inovatif, membedakan produk atau layanan, serta menemukan solusi-solusi baru dalam menghadapi tantangan bisnis. Beberapa penelitian menyarankan bahwa kreativitas dapat bertindak sebagai mediasi atau penghubung antara motivasi dan keberhasilan usaha (Paliwal dkk, 2022). Ketika motivasi yang tinggi mendorong individu untuk mencapai tujuan, kreativitas dapat menjadi alat yang digunakan untuk menerjemahkan motivasi tersebut menjadi ide-ide atau strategi yang inovatif Fischer dkk (2019).

Penelitian oleh Bodla dan Naeem (2014) menunjukkan bahwa tingkat kreativitas yang tinggi pada individu yang memiliki motivasi yang kuat cenderung memiliki korelasi positif dengan keberhasilan usaha. Temuan ini menunjukkan bahwa kreativitas mungkin menjadi faktor yang memediasi bagaimana motivasi memengaruhi hasil bisnis. Namun, ada kebutuhan untuk penelitian lebih lanjut untuk memahami secara mendalam proses

mediasi ini dan bagaimana kreativitas secara spesifik berkontribusi pada pencapaian keberhasilan usaha.

Penelitian terkait peran mediasi kreativitas dalam hubungan antara motivasi dan keberhasilan usaha menunjukkan arah yang menjanjikan. Memahami bagaimana kreativitas bertindak sebagai jembatan antara motivasi dan hasil bisnis dapat memberikan wawasan yang berharga dalam mengembangkan strategi yang lebih efektif untuk mencapai kesuksesan dalam dunia bisnis yang kompetitif. kreativitas secara signifikan memediasi pengaruh motivasi terhadap keberhasilan usaha peserta Program Wirausaha Merdeka Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Berdasarkan hasil pengujian pada tabel .8, diketahui nilai t-value H_4 sebesar $2.460 > 1.645$ yang bermakna signifikan, dan nilai LL-UL masing-masing 0.096 dan 0.501 yang bermakna terdapat peran mediasi. Dengan demikian, H_4 penelitian ini diterima.