

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2017). Pendekatan kuantitatif digunakan karena data yang akan digunakan untuk menganalisis hubungan antar variabel dinyatakan dengan angka.

B. Tahapan Penelitian

1. Tahapan Sampling

a. Populasi

Menurut (Sugiyono 2016:117) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang menjadi kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi popuasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Manajemen Angkatan 2019 Universitas Muhammadiyah Metro.

b. Sampel

Populasi memiliki jumlah yang sangat besar, sehingga peneliti menggunakan sampel untuk memudahkan dalam pengolahan data penelitian. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono 2016:81), sehingga jumlah sampel yang diambil harus dapat mewakili populasi pada penelitian.

Anggota sampel yang digunakan menurut (Sugiyono 2013:118 dalam penelitian tergantung pada ingkat kesalahan yang dikehendaki. Semakin besar jumlah sampel dari populasi yang diteliti, maka peluang kesalahan semakin kecil dan begitu sebaliknya. Sehingga sampel dalam penelitian ini adalah sejumlah 50 responden dari mahasiswa Manajemen Angkatan 2019 Universitas Muhammadiyah Metro.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Accidental Sampling* karena peneliti menyebarkan kuesioner kepada setiap responden mahasiswa Manajemen Angkatan 2019 Universitas Muhammadiyah Metro yang kebetulan bertemu. Menurut (Sugiyono 2016:124) *Accidental Sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila orang yang dipandang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

Tahapan

Tahapan penelitian mencakup langkah-langkah pelaksanaan penelitian dari awal sampai akhir. Masing-masing langkah penelitian diuraikan sebagai berikut:

a. Tahapan awal

Pada tahap awal ini peneliti melakukan studi pustaka mengenai variabel-variabel yang digunakan oleh peneliti yaitu mengenai *e-commerce*, motivasi berwirausaha, dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Peneliti melakukan pra-survey terhadap mahasiswa Manajemen Angkatan 2019 Universitas Muhammadiyah Metro. Pada survey ini dilakukan pengambilan sampel menggunakan kuesioner dengan disebarkan kepada mahasiswa Manajemen Angkatan 2019 Universitas Muhammadiyah Metro.

b. Pengumpulan Data

Pengumpulan data berdasarkan informasi yang diperoleh peneliti melalui artikel, buku-buku, dokumen dan lain sebagainya yang berkaitan dengan permasalahan yang ada dan mempelajari literatur yang relevan dengan masalah yang dihadapi, sehingga dapat dijadikan sebagai landasan dalam pemecahan masalah. Selain itu literatur juga dimaksudkan untuk mempermudah dalam penilaian dan pengamatan masalah yang dihadapi.

c. Tahap akhir

Tahapan ini dilanjutkan pada proses penyusunan hasil pengelolaan data guna disajikan hasil analisa data penyusunan hasil penelitian sampai dengan kesimpulan dan saran.

C. Devinisi Operasional Variabel

Sesuai dengan devinisi variabel dalam kajian literatur maka devinisi operasional variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Variabel bebas atau variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (Sugiyono, 2014). Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel independen, yaitu *E-commerce* (X1), Motivasi Berwirausaha (X2), dan Lingkungan Keluarga (X3). Sedangkan variabel terikat atau variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel independen (Sugiyono, 2014). Dalam penelitian ini variabel terikatnya adalah Minat Berwirausaha (Y).

Definisi operasional dalam penelitian ini dijelaskan sebagai berikut:

1. *E-commerce* (X1)
 - a. Definisi konseptual : *E-commerce* adalah transaksi bisnis yang terjadi dalam jaringan elektronik seperti internet, dan proses menjual, membeli, mentransfer atau bertukar produk.
 - b. Definisi operasional : *E-commerce* adalah transaksi bisnis yang terjadi dalam jaringan elektronik seperti internet, dan proses menjual, membeli, mentransfer atau bertukar produk yang dapat diukur melalui kuisisioner yang diberikan kepada mahasiswa Manajemen angkatan 2019 Universitas Muhammadiyah Metro.
2. Motivasi Berwirausaha (X2)
 - a. Definisi konseptual: Motivasi berwirausaha adalah suatu dorongan yang terdapat di diri seorang untuk menjadi wirausaha, serta ingin mendapatkan keuntungan, dan ingin menyediakan lapangan pekerjaan.
 - b. Definisi operasional : Motivasi berwirausaha adalah suatu dorongan yang terdapat di diri seorang untuk menjadi wirausaha, serta ingin mendapatkan keuntungan, dan ingin menyediakan lapangan pekerjaan yang dapat diukur melalui kuisisioner yang diberikan kepada mahasiswa Manajemen angkatan 2019 Universitas Muhammadiyah Metro.
3. Lingkungan Keluarga (X3)
 - a. Definisi konseptual: Lingkungan keluarga adalah orang yang tinggal disuatu tempat, lingkungan pertama bagi individu dalam berinteraksi, tempat pendidikan pertama, tempat aktivitas pertama dan bagaimana cara orang tua mendidik.

- b. Definisi operasional :Lingkungan keluarga adalah orang yang tinggal disuatu tempat, lingkungan pertama bagi individu dalam berinteraksi, tempat pendidikan pertama, tempat aktivitas pertama dan bagaimana cara orang tua mendidik yang dapat diukur melalui kuisisioner yang diberikan kepada mahasiswa Manajemen angkatan 2019 Universitas Muhammadiyah Metro.
4. Minat Berwirausaha (Y)
- a. Definisi konseptual : Minat berwirausaha adalah ketertarikan, dan keinginan untuk berwirausaha, serta berani mengambil resiko dan mengembangkan usaha yang diciptakannya.
- b. Definisi operasional : Minat berwirausaha adalah ketertarikan, dan keinginan untuk berwirausaha, serta berani mengambil resiko dan mengembangkan usaha yang diciptakannya yang dapat diukur melalui kuisisioner yang diberikan kepada mahasiswa Manajemen angkatan 2019 Universitas Muhammadiyah Metro.

Tabel 3.1Kisi-Kisi Kuesioner

No	Variabel	Indikator	Butir Pertanyaan
1.	E-commerce (X1)	1. Membeli	1, 2, 3, 4, 5, 6
		2. Menjual	7, 8, 9, 10, 11, 12
		3. Pembayaran	13, 14, 15, 16
		4. Internet	17, 18, 19, 20
2.	Motivasi Berwirausaha (X2)	1. Dorongan Berwirausaha	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9
		2. Mendapatkan Keuntungan	10, 11, 12, 13, 14, 15, 16
		3. Ingin menyediakan lapangan Pekerjaan	17, 18, 19, 20
3.	Lingkungan Keluarga (X3)	1. Lingkungn Pertama Bagi Individu	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7
		2. Tempat Pendidikan Pertama	8, 9, 10, 11, 12
		3. Aktivitas Pertama	13, 14, 15,
		4. Cara Orang Tua Mendidik	16, 17, 18,19, 20
4.	Minat Berwirausaha (Y)	1. Ketertarikan berwirausaha	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9
		2. Keinginan Berwirausaha	10, 11, 12, 13, 14, 15, 16
		3. Berani Mengambil resiko	17, 18, 19, 20

D. Teknik Pengumpulan Data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Data primer adalah data yang diperoleh penulis secara langsung dari objek yang akan diteliti . Adapun data primer ini diperoleh dengan cara-cara sebagai berikut:

a. Observasi

Observasi merupakan pengamatan langsung ke objek yang diteliti dengan mencatat data-data yang dibutuhkan dalam penelitian ini sehingga kita memperoleh gambaran yang sebenarnya.

b. Wawancara

Wawancara merupakan tanya jawab yang dilakukan secara langsung oleh peneliti kepada responden yang berhubungan dengan objek penelitian.

c. Kuesioner

Kuesioner merupakan sederetan atau beberapa pertanyaan yang dibuat secara tertulis oleh peneliti kepada responden yang berjumlah 50 untuk memperoleh data atau informasi berdasarkan jawaban-jawaban yang telah diberikan.

E. Instrumen Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Pada penelitian ini, variabel ini akan diukur dengan menggunakan skala likert, skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, dan persepsi seseorang atau kelompok orang atau fenomena sosial (Sugiyono, 2016). Dengan skala likert maka variabel yang diukur akan dijabarkan menjadi indikator variabel. Dan kemudian indikator variabel akan dijadikan sebagai tolak ukur dalam penyusunan instrumen pernyataan. Jawaban yang diperoleh mulai dari yang terendah sampai yang tertinggi dengan kata-kata sebagai berikut:

Tabel 3.2 Skor Jawaban

Jawaban	Kategori	Nilai Skor positif
A	Sangat Setuju	5
B	Setuju	4
C	Cukup Setuju	3
D	Tidak Setuju	2
E	Sangat Tidak Setuju	1

F. Teknis Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mencari pengaruh secara persial antara *e-commerce* (X1) motivasi berwirausaha (X2) dan lingkungan keluarga (X3) sebagai variabel independen dan minat berwirausaha sebagai variabel dependent.

1. Pengujian persyaratan instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas menurut Ghozali (2011:45) digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisisioner. Suatu instrumen dikatakan valid jika mempunyai validitas tinggi yaitu *correlation* $r_{hitung} > r_{tabel}$ sebaliknya instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah dengan nilai *correlation* r_{hitung} . Untuk melakukan uji validitas dapat menggunakan teknik pearson *product moment* dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien Korelasi

n = Jumlah Responden Uji Coba

X = Skor Tiap Item

Y = Skor Seluruh Item Responden Uji Coba

b. Uji Reliabilitas

Instrumen yang reliabel merupakan instrumen yang apabila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2016). Uji reliabilitas sendiri bertujuan untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel tersebut. Penelitian ini uji reliabilitas menggunakan SPSS dengan rumus *Alpha Conback*. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$r_{ii} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma^2 b}{\sigma^2 t} \right)$$

Keterangan:

r_{ii} = Koefisien Reliabilitas Alpha

k = Jumlah Item Pernyataan

$\sum \sigma^2 b$ = Jumlah Varian Bulir

$\sigma^2 t$ = Varian Total

2. Pengujian Prasyarat Analisis Regresi

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data yang digunakan untuk penelitian mempunyai distribusi yang normal atau tidak (Ghozali (2011:160), rumus yang digunakan dalam uji normalitas ini dengan metode *kolmogorofsmirnov*. Pengujian ini digunakan karena memiliki beberapa keunggulan yang lebih fleksibel. Beberapa kategori yang ada pada *kolmogrof smirnov* menurut Ghozali (2011:32) Hipotesis yang digunakan adalah H_0 (Hipotesis Nol) yang artinya data X tidak distribusi normal. Pengambilan keputusannya adalah jika Sig. (p) < 0.05 maka H_0 ditolak atau variabel tidak terdistribusi secara normal.

b. Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui atau membuktikan apakah dari masing-masing variabel bebas memiliki hubungan yang linear atau tidak dengan variabel terikat. Untuk uji tersebut digunakan rumus Ghozali (2011:167):

$$F = \frac{(R^2_{new} - R^2_{old})/m}{(1 - R^2_{new})/(n - k)}$$

Keterangan:

F = Harga F untuk garis regresi

n = Jumlah data observasi

m = Jumlah variabel independen yang baru masuk

R^2_{new} = Nilai R^2 dari persamaan regresi baru

R^2_{old} = Nilai R^2 dari persamaan regresi awal

Harga dari F_{hitung} dikonsultasikan dengan F_{tabel} pada taraf signifikan 5%. Pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dikatakan linear jika F_{hitung} lebih kecil atau sama dengan F_{tabel} dan sebaliknya. Selain itu, jika signifikansi lebih besar dari taraf signifikansi (α) yang ditentukan yaitu 0,05 (5%) maka pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dikatakan linear.

c. Uji homogenitas

Uji homogenitas digunakan untuk mengetahui apakah beberapa varian populasi data adalah sama atau tidak. Uji dilakukan sebagai persyaratan dalam analisis Independent Samples T Tes dan One Way ANOVA. Asumsi yang mendasar dalam analisis varian (ANOVA) adalah bahwa varian dari populasi adalah sama. Sebagian kriteria pengujian, jika nilai signifikan lebih dari 0,5 maka dapat dikatakan bahwa varian dari dua variabel atau lebih kelompok data adalah sama (Suwanto,2021). Jika data sudah normal maka akan diuji apakah data tersebut homogen atau tidak. Uji yang digunakan adalah pengujian homogenitas. Rumus yang dipakai untuk pengujian homogenitas dalam penelitian ini, menggunakan rumus uji F sebagai berikut :

$$F = \frac{\text{Varian Terbesar}}{\text{Varian Terkecil}}$$

Taraf signifikan yang digunakan adalah $\alpha = 0,05$. Uji homogenitas menggunakan SPSS dengan kriteria yang digunakan untuk mengambil kesimpulan apabila t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} maka varian tidak homogen.

3. Pengujian Hipotesis

a. Analisis Regresi Berganda

Model analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda. Analisis regresi dengan dua atau lebih variabel independen digunakan untuk meramalkan suatu variabel dependen (Y) berdasar dua atau lebih variabel

independen (X_1 , X_2 , X_3) dalam suatu persamaan linear (Ghozali, 2013).
 Persamaan regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Minat Berwirausaha

a = Konstanta

X_1 = Koefisien regresi dari variabel X_1 (*E-commerce*)

X_2 = Koefisien regresi dari variabel X_2 (Motivasi Berwirausaha)

X_3 = Koefisien regresi dari variabel X_3 (Lingkungan Keluarga)

e = *error or trem*

b. Uji Parsial (Uji T)

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) dalam persamaan regresi berganda secara parsial. Uji t juga dilakukan untuk menguji kebenaran koefisien regresi dan melihat apakah koefisien regresi yang diperoleh signifikan atau tidak (Ghozali, 2013). Pengujian dilakukan dengan tingkat keyakinan 95% atau signifikan (α) sebesar 5% atau 0,05. Ketentuan dalam pengujian ini adalah sebagai berikut:

- a. Jika tingkat signifikan $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Ini berarti bahwa ada pengaruh secara parsial antar variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).
- b. Jika tingkat signifikan $\geq 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Ini berarti bahwa ada pengaruh secara parsial antar variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

c. Uji simultan (F)

Menurut Ghozali (2013) beliau mengatakan bahwa uji F digunakan untuk menguji model regresi dalam penelitian ini dalam kondisi layak untuk diinterpretasikan. Penelitian dikatakan memiliki model yang fit dengan data yang dimiliki apabila nilai probabilitas $< 0,05$ diukur dengan uji Anova, sebaliknya jika model dalam penelitian ini tidak fit dengan data yang dimiliki maka nilai probabilitas $> 0,05$.

d. Koefisien Daterminasi (R²)

Nilai R digunakan untuk mengukur tingkat kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen (Ghozali, 2013).

4. Hipotesis Statistik

Hipotesis statistik merupakan dugaan atau pernyataan yang perlu diuji kebenarannya. Berdasarkan hal tersebut, hipotesis penelitian ini adalah:

1) Pengujian pengaruh X_1 terhadap Y

$H_0 : \beta_1 \leq 0$: *E-commerce* (X_1), tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha (Y)

$H_0 : \beta_1 > 0$: *E-commrce* (X_1), berpengaruh terhadap minat berwirausaha (Y)

2) Pengujian pengaruh X_2 terhadap Y

$H_0 : \beta_2 \leq 0$: Motivasi Berwirausaha (X_2), tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha (Y)

$H_0 : \beta_2 > 0$: Motivasi Berwirausaha (X_2), berpengaruh terhadap minat berwirausaha (Y)

3) Pengujian pengaruh X_3 terhadap Y

$H_0 : \beta_3 \leq 0$: Lingkungan Keluarga (X_3), tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha (Y)

$H_0 : \beta_3 > 0$: Lingkungan Keluarga (X_3), tdak berpengaruh terhadap minat berwirausaha (Y)

4) Pengujian pengaruh X_1, X_2, X_3 terhadap Y

$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 \leq 0$: *E-commerce* (X_1), Motivasi Berwirausaha (X_2), Lingkungan Keluarga (X_3), tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha (Y)

$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 > 0$: *E-commerce* (X_1), Motivasi Berwirausaha (X_2), Lingkungan Keluarga (X_3), berpengaruh terhadap minat berwirausaha (Y)