

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Obyek dan Lokasi Penelitian

Obyek penelitian adalah Mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata yang memiliki usaha sendiri yaitu *online shop*. Sedangkan lokasi penelitian dilakukan di Universitas Katolik Soegijapranata yang terletak di Jl. Pawiyatan Luhur IV/1 Bendan Dhuwur, Semarang.

3.2. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

3.2.1. Populasi

Menurut Sugiyono (2016) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang memiliki karakteristik dan kualitas tertentu yang sudah peneliti tetapkan untuk dipelajari lalu peneliti dapat menarik kesimpulannya. Populasi di dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata yang berwirausaha berbasis *online shop*. Jumlah mahasiswa yang berwirausaha *online shop* tidak diketahui.

3.2.2. Sampel

Menurut Sugiyono (2016) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Populasi yang besar tidak memungkinkan peneliti mempelajari seluruh populasi karena keterbatasan waktu, tenaga, dana, dan lain-lain, maka dari itu peneliti memanfaatkan sampel yang berasal dari populasi. Menurut Sugiyono (2016) mengatakan bahwa ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai 500. Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Katolik

Soegijapranata yang memiliki *online shop* berjumlah 30 orang yang merupakan jumlah sampel minimum. Adapun kriteria sampel yang akan diteliti yaitu :

1. Mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata yang memiliki usaha *online shop*
2. Mengalami peningkatan pendapatan
3. Mengalami peningkatan jumlah *followers* di media social

3.2.3. Teknik Sampling

Sugiyono (2016) mengatakan bahwa teknik sampling adalah teknik untuk pengambilan sampel. Teknik sampling dibagi menjadi dua yaitu *probability sampling* dan *non probability sampling*. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik sampling *non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang sama bagi setiap anggota populasi yang kemudian dipilih menjadi sampel. Teknik yang digunakan peneliti adalah *quota sampling*, *purposive sampling* dan *snowball sampling*. Sugiyono (2016) *quota sampling* adalah teknik untuk menentukan sampel dari jumlah populasi yang memiliki karakter tertentu sampai jumlah kuota yang diinginkan, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 30 responden. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel dengan melakukan pertimbangan tertentu, pertimbangan sampel tersebut adalah mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata yang memiliki usaha *online shop*, mengalami peningkatan pendapatan, mengalami jumlah *followers* di media sosial. *Snowball sampling* yaitu teknik untuk menentukan sampel yang awalnya memiliki jumlah kecil, kemudian membesar. Dalam menentukan sampel, pertama dipilih hanya satu atau dua orang, tetapi dengan jumlah tersebut kurang

untuk melengkapi data, maka peneliti mencari responden lain untuk melengkapi data yang dibutuhkan.

3.3. Metode Pengumpulan Data

3.3.1. Jenis dan Sumber Data

Sugiyono (2016) menyatakan bahwa sumber data primer adalah sumber data yang memberikan langsung kepada pengumpul data. Dalam penelitian ini menggunakan jenis data primer diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner.

3.3.2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan tahap untuk menentukan valid atau tidaknya penelitian yang dilakukan. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Menurut Sugiyono (2016) kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan memberikan pertanyaan kepada responden mengenai pengaruh sikap dan motivasi berwirausaha terhadap keberhasilan usaha *online shop*. Pertanyaan yang diberikan berhubungan dengan indikator penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan skala likert. Wiley (2013) Skala likert ini digunakan untuk menilai seberapa kuat subjek setuju atau tidak setuju dengan pernyataan yang ada. Terdapat 4 pilihan jawaban di kuesioner yaitu sangat setuju, setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Setelah kuesioner sudah terisi penuh maka dapat dilakukan analisis dari hasil tersebut dengan memberikan skor dari setiap pernyataan sebagai berikut :

1. Jawaban SS (Sangat Setuju) : 4
2. Jawaban S (Setuju) : 3
3. Jawaban TS (Tidak Setuju) : 2
4. Jawaban STS (Sangat Tidak Setuju): 1

3.4. Uji Validitas dan Reliabilitas

3.4.1. Uji Validitas

Menurut Azwar (1987) (Matondang, 2009) validitas berasal dari kata *validity* yang artinya mengetahui sejauh mana ketepatan dan kecermatan alat ukur untuk melakukan fungsi ukurnya. Skala yang memiliki validitas tinggi dapat memberikan hasil ukur yang akurat dengan tujuan pengukuran. Dengan menggunakan aplikasi IBM SPSS Statistics dengan perbandingan r hitung dengan r tabel dapat mengetahui perhitungan apakah kuesioner tersebut valid atau tidak. Pengujian menggunakan taraf signifikan (α) = 5%. Dasar pengambilan keputusan pengujian sebagai berikut :

- Jika r hitung > r tabel (0,361) maka dikatakan valid
- Jika r hitung < r tabel (0,361) maka dikatakan tidak valid

Tabel 3.1
Hasil Uji Validitas Variabel Sikap (X1)

Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
X1_1	0,872	0,361	Valid
X1_2	0,819	0,361	Valid
X1_3	0,562	0,361	Valid
X1_4	0,862	0,361	Valid
X1_5	0,643	0,361	Valid

Sumber : Hasil Olahan SPSS (2020)

Berdasarkan tabel 3.1 diatas, maka dapat dijelaskan r hitung > r tabel (0,361) dan dapat disimpulkan bahwa seluruh item pada indikator variabel sikap valid.

Tabel 3.2

Hasil Uji Validitas Variabel Motivasi (X2)

Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
X2_1	0,643	0,361	Valid
X2_2	0,839	0,361	Valid
X2_3	0,764	0,361	Valid
X2_4	0,749	0,361	Valid
X2_5	0,670	0,361	Valid

Sumber : Hasil Olahan SPSS (2020)

Berdasarkan tabel 3.2 diatas, maka dapat dijelaskan r hitung > r tabel (0,361) dan dapat disimpulkan bahwa seluruh item pada indikator motivasi valid.

Tabel 3.3

Hasil Uji Validitas Variabel Pengetahuan Teknologi Internet (X3)

Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
X3_1	0,851	0,361	Valid
X3_2	0,888	0,361	Valid
X3_3	0,888	0,361	Valid

Sumber : Hasil Olahan SPSS (2020)

Berdasarkan tabel 3.3 diatas, maka dapat dijelaskan r hitung > r tabel (0,361) dan dapat disimpulkan bahwa seluruh item pada indikator pengetahuan teknologi internet valid.

Tabel 3.4

Hasil Uji Validitas Variabel Keberhasilan Usaha (Y)

Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
Y1_1	0,742	0,361	Valid
Y2_2	0,834	0,361	Valid
Y3_3	0,718	0,361	Valid
Y4_4	0,596	0,361	Valid

Sumber : Hasil Olahan SPSS (2020)

Berdasarkan tabel 3.4 diatas, maka dapat dijelaskan r hitung > r tabel (0,361) dan dapat disimpulkan bahwa seluruh item pada indikator keberhasilan usaha valid.

3.4.2. Uji Reliabilitas

Menurut penelitian Matondang (2009) reliabilitas berasal dari kata *reliability* artinya sejauh mana alat ukur tersebut dapat dipercaya. Hasil pengukuran dapat dipercaya jika pengukuran terhadap kelompok subyek yang sama dilakukan beberapa kali sehingga diperoleh hasil pengukuran yang relatif sama selama aspek yang diukur pada subyek belum berubah. Uji reliabilitas dapat diuji dengan menggunakan aplikasi IBM SPSS Statistics. Pengujian yang dilakukan Nasution (2018) menggunakan cronbach's alpha > 0,6 dikatakan reliabel

Tabel 3.5
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Indikator

Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Kritis	Keterangan
Sikap (X1)	0,815	0,6	Reliabel
Motivasi (X2)	0,782	0,6	Reliabel
Pengetahuan Teknologi Internet (X3)	0,842	0,6	Reliabel
Keberhasilan Usaha (Y)	0,703	0,6	Reliabel

Sumber : Hasil Olahan SPSS (2020)

Berdasarkan tabel 3.5 dapat diketahui bahwa seluruh variabel (sikap, motivasi, pengetahuan teknologi internet, dan keberhasilan usaha) menunjukkan cronbach's alpha > 0,6. Maka, hasil uji reliabilitas ini dikatakan reliabel sehingga dapat dilakukan pengujian untuk selanjutnya.

3.5. Teknik Analisis Data

Sugiyono (2016) mengatakan bahwa analisis data adalah proses untuk mencari dan menyusun sistematis data yang didapat dari hasil wawancara, catatan di lapangan, dan dokumentasi yang diorganisasikan ke dalam data kemudian dijabarkan ke dalam setiap unit, dilakukan sintesa, disusun ke dalam pola, memilih yang penting sehingga dapat dipelajari dan dibuat kesimpulan sehingga dapat dimengerti.

3.5.1. Alat Analisis

1. Analisis Deskriptif

Sugiyono (2016) mengatakan bahwa analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan mendeskripsikan data yang telah diperoleh apa adanya tanpa membuat kesimpulan. Analisis ini dapat dilakukan jika peneliti mendeskripsikan data sampel dan tidak membuat kesimpulan untuk populasi dimana sampel diambil. Menurut Sugiyono (2014) (dalam penelitian Mamangkey, 2018) terdapat rumus penentuan skala yaitu :

$$RS = \frac{\text{Nilai terbesar} - \text{nilai terendah}}{\text{Jumlah jawaban}}$$

Penilaian rentang skala sebagai berikut :

Tabel 3.6 Penilaian Rentang Skala Sikap

Rentang Skala	Disiplin	Komitmen yang Tinggi	Jujur	Kreatif Dan Inovatif	Mandiri
1,00 – 2,99	Rendah	Rendah	Rendah	Rendah	Rendah
3,00 – 5,00	Tinggi	Tinggi	Tinggi	Tinggi	Tinggi

Tabel 3.7 Penilaian Rentang Skala Motivasi

Rentang Skala	Keinginan Kebebasan Dalam Bekerja	Keberhasilan Diri	Toleransi Akan Resiko	Kebutuhan akan Prestasi	Kesiapan Instrumen
1,00 – 2,99	Rendah	Rendah	Rendah	Rendah	Rendah
3,00 – 5,00	Tinggi	Tinggi	Tinggi	Tinggi	Tinggi

Tabel 3.8 Penilaian Rentang Skala Pengetahuan Teknologi Internet

Rentang Skala	Penguasaan Teknologi Internet	Pengalaman Menggunakan Internet	Pengalaman <i>Online Shopping</i>
1,00 – 2,99	Rendah	Rendah	Rendah
3,00 – 5,00	Tinggi	Tinggi	Tinggi

Tabel 3.9 Penilaian Rentang Skala Keberhasilan Usaha

Rentang Skala	Efisiensi Produksi	Profitabilitas	Perluasan Produksi	Kepercayaan Publik
1,00 – 2,99	Rendah	Rendah	Rendah	Rendah
3,00 – 5,00	Tinggi	Tinggi	Tinggi	Tinggi

2. Analisis Kuantitatif

Sugiyono (2016) analisis kuantitatif merupakan analisis yang bersifat deduktif yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah dengan teori sehingga dapat dirumuskan oleh hipotesis. Lalu hipotesis tersebut diuji dengan menggunakan instrumen penelitian setelah itu data yang akan terkumpul dianalisis kuantitatif dengan statistik

deskriptif sehingga hipotesis dapat terbukti kebenarannya atau tidak. Dengan menggunakan program SPSS (*Statistical Package for Social Science*). Alat analisis yang digunakan ialah :

a. Analisis Regresi Linear Berganda

Peneliti menggunakan analisis regresi linear berganda untuk mengukur kekuatan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Rumus persamaan umum regresi linear berganda sederhana yaitu :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3$$

Y = Keberhasilan Usaha

α = Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$ = Koefisien Regresi

X_1 = Variabel Sikap

X_2 = Variabel Motivasi

X_3 = Variabel Pengetahuan Teknologi Internet

3. Uji Hipotesis

a. Uji t

Menurut Sugiyono (2014) uji t digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel penjelas secara individu untuk menerangkan variasi variabel terikat.

Dasar pengambilan keputusan pengujian :

- Nilai sig < 0,05 maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y

- Nilai sig > 0,05 maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap Y

b. Uji F

Model signifikasi yang digunakan untuk Uji F dapat dilihat dari tabel anova yang berfungsi untuk melihat pengaruh semua variabel independen secara bersamaan terhadap variabel dependen. Uji F dilakukan dengan membandingkan nilai kolom signifikansi pada alpha.

Dasar pengambilan keputusan pengujian adalah :

- Nilai sig < 0,05 maka terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y
- Nilai sig > 0,05 maka tidak terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y

