

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah penelitian yang banyak menggunakan angka-angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data serta penampilan dari hasilnya (Arikunto, 2006). Penelitian ini berjenis kuantitatif dimana mengkorelasikan antara variabel dependen dengan variabel independen dan menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya.

B. Identifikasi Variabel

Penelitian ini memiliki dua variabel, yaitu:

Variabel Bebas (X) : Kepribadian *Hardiness*

Variabel Terikat (Y) : *Entrepreneur Intention*.

C. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional kedua variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Kepribadian *hardiness*

Ketangguhan (*hardiness*) adalah gaya kepribadian yang dikarakteristikan oleh suatu komitmen (daripada aliensi/keterasingan), pengendalian (daripada ketidakberdayaan), dan persepsi terhadap

masalah-masalah sebagai tantangan (daripada sebagai ancaman). Kepribadian *hardiness* dalam penelitian ini akan diukur dengan menggunakan skala kepribadian *hardiness*.

b. *Entrepreneur Intention*

Entrepreneur Intention diartikan sebagai proses pencarian informasi yang dapat digunakan untuk mencapai tujuan pembentukan suatu usaha. Intensi sebagai prediktor yang terbaik bagi perilaku kewirausahaan. Seseorang dengan intensi untuk memulai usaha akan memiliki kesiapan dan kemajuan yang lebih baik dalam usaha yang dijalankan dibandingkan dengan seseorang tanpa intensi untuk memulai usahanya. Seseorang yang mengumpulkan informasi tentang barang atau jasa yang menjadi peluang usaha, pasar yang disasar, prediksi kebutuhan pada masa yang akan datang, dan pengetahuan tentang proses produksi, saluran distribusi dan keunikan dari produknya nanti akan lebih berhasil jika dibandingkan dengan mereka yang hanya mengikuti *trend* sesaat dalam berwirausaha. Hal ini menunjukkan perlunya *entrepreneur Intention* bagi calon wirausaha baru. *Entrepreneur intention* dalam penelitian ini akan diukur dengan menggunakan skala *entrepreneur intention*.

D. Populasi, Sample, Dan Teknik Sampling

1. Populasi.

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiono, 2010). Subyek di dalam penelitian ini adalah para mahasiswa-mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya yang telah membuka wirausaha sendiri dimasa kuliahnya yang berjumlah 80 subyek yang diambil dari fakultas-fakultas yang ada di UIN Sunan Ampel Surabaya dengan rincian sebagai berikut :

Tabel 3.1
Perincian Subyek Yang Diambil

Fakultas	Jumlah Subyek	
	Laki-Laki	Perempuan
Syari'ah	15	8
Ushuluddin	1	2
Adab	3	4
Tarbiyah	3	9
Dakwah	13	22
Jumlah	35	45
Jumlah total keseluruhan	80	

2. Sample Dan Teknik Sampling

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiono, 2010). Mengingat keterbatasan peneliti untuk menjangkau seluruh populasi, maka peneliti hanya meneliti sebagian dari populasi yang dijadikan sebagai subjek penelitian yang lebih dikenal dengan nama sampel.

Pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*, dimana peneliti dapat memilih anggota sampel yang memenuhi kriteria tertentu (Cooper & Schidler, 2006). Kriterianya adalah:

- a. Mahasiswa yang telah berwirausaha mandiri tanpa ada campur tangan dengan instansi lain atau berwirausaha secara kelompok.
- b. Menjalankan usaha minimal selama 6 bulan lamanya
- c. Mahasiswa aktif. Dalam arti bukan mahasiswa yang menjalankan usaha selama liburan atau cuti kuliah saja, akan tetapi mahasiswa yang sedang aktif menjalankan kuliah.
- d. Hitungan dalam menjalankan usaha dimulai dari masa perkuliahan, bukan yang sudah dimulai sejak SMA atau sebelum kuliah.

Jumlah responden yang digunakan sebagai anggota sampel dalam penelitian ini adalah 80 mahasiswa, dimana hal ini telah memenuhi kriteria untuk kebanyakan penelitian (Sekaran, 2006).

Sampel di dalam penelitian ini adalah mahasiswa-mahasiswi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya yang mengambil di berbagai fakultas yang ada di dalam UIN Sunan Ampel Surabaya yang

mempunyai 5 fakultas yaitu Fakultas Syari'ah, Fakultas Ushuluddin, Fakultas Adab, Fakultas Tarbiyah dan Fakultas Dakwah. Dari berbagai fakultas tersebut peneliti mengambil subyek sebagai mana perinciannya yaitu di dalam Fakultas Syari'ah terdapat 23 subyek yang berwirausaha yang mana laki-laki berjumlah 15 anak dan 8 anak perempuan. Di dalam Fakultas Ushuluddin terdapat 1 subyek anak laki-laki dan 2 subyek anak perempuan. Di dalam Fakultas Adab terdapat 3 subyek anak laki-laki dan 4 subyek anak perempuan. Di dalam Fakultas Tarbiyah terdapat subyek 3 anak laki-laki dan 9 subyek anak perempuan. Dan di dalam Fakultas dakwah terdapat 13 subyek anak laki-laki dan 22 subyek anak perempuan dimana jumlah semua anak laki-laki terdiri dari 35 subyek dan semua jumlah anak perempuan di berbagai fakultas terdapat 45 subyek sehingga total semua subyek dari berbagai fakultas terdapat 80 subyek.

Tabel 3.2
Jenis Usaha Yang Dijalani

Jenis usaha yang dijalani	Jumlah	Omset Per-bulan
Dalam Bidang Online	17	200 - 1 juta rupiah
Dalam Bidang Jasa	41	100 – 8 juta rupiah
Dalam Bidang Dagang	22	300 – 5 juta rupiah
Jumlah	80	

Jenis-jenis usaha yang dijalani oleh para mahasiswa-mahasiswi di UIN Sunan Ampel Surabaya ini peneliti mengkategorikan usaha-usaha mereka dengan 3 kategori yaitu:

1. Dalam bidang online.

Bidang online ini para mahasiswa-mahasiswi menjalankan usaha mereka lewat online. Beberapa usaha yang mereka jalani melalui online yaitu menjual aneka baju seperti baju anak-anak, baju remaja, baju kerja, baju batik serta baju resmi dan gamis. Selain itu juga menjual makanan, sandal, sepatu, tas, aksesoris lewat online pula.

2. Dalam bidang jasa.

Peneliti mengkategorikan bidang jasa ini seperti makelar AC, travel, fotografer, menjual pulsa, pulsa listrik, pulsa HP, menjual barang-barang merek *shopie martine*, *oriflame*, serta *tupperware*, usaha potong rambut, foto copy, salon, print sebagai usaha mereka. Mayoritas mahasiswa dan mahasiswi dalam kategori bidang jasa ini melakukan usaha menjual pulsa, baik pulsa listrik maupun pulsa ponsel dan menjual produk-produk merek *shopie martine*, *oriflame*, serta *tupperware*.

3. Dalam bidang dagang.

Peneliti mengkategorikan usaha dalam bidang dagang ini seperti menjual kue, menjual coklat, mempunyai toko busana, menjual camilan/ *snack*, menjual gantungan kunci, jual sarung dan menjual soto ayam.

E. Instrumen Penelitian

Instrumen atau alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa skala, yang mana selalu mengacu pada alat ukur aspek atau atribut afektif (Azwar, 2010). Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ada dua buah skala yaitu skala kepribadian *hardiness* dan skala *entrepreneur intention*.

1. Skala Kepribadian *Hardiness*

a) Definisi Operasional Kepribadian *Hardiness*

Ketangguhan (*hardiness*) adalah gaya kepribadian yang dikarakteristikan oleh suatu komitmen (daripada aliensi/keterasingan), pengendalian (daripada ketidakberdayaan), dan persepsi terhadap masalah-masalah sebagai tantangan (daripada sebagai ancaman).

b) Indikator Kepribadian *Hardiness*

Untuk mengukur kepribadian *hardiness*, dalam penelitian ini digunakan ciri kepribadian *hardiness* sebagaimana menurut Rahayu (2009) disusun berdasarkan delapan ciri kepribadian *hardiness*, yaitu:

1. Yakin pada diri sendiri
2. Dapat mengontrol atau mempengaruhi peristiwa-peristiwa yang dialaminya
3. Dapat memberi masukan atau ide
4. Melibatkan diri dalam aktifitas yang dihadapi

5. Memiliki akan tujuan dan pantang menyerah
6. Sakit & senang adalah bagian hidup
7. Suka akan tantangan
8. Mempunyai kemauan untuk maju.

c) *Blueprint Skala Kepribadian Hardiness*

Blueprint skala kepribadian *hardiness* dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3.3
Blueprint Skala Kepribadian Hardiness

Dimensi	Indikator	Aitem		Jumlah
		F	UF	
<i>Control</i>	Yakin pada diri sendiri.	1 3 11	6 8	5
	Dapat mengontrol atau mempengaruhi peristiwa-peristiwa yang dialaminya	28	20	2
	Dapat memberi masukan atau ide.	32	10 27	3
<i>Commitmen</i>	Melibatkan diri dalam aktifitas yang dihadapi.	5	31	2
	Memiliki akan tujuan dan pantang menyerah.	7 9	12	3
<i>Challenge</i>	Sakit & senang adalah bagian hidup.	36	33	2
	Suka akan tantangan.	38	26 18	3
	Mempunyai kemauan untuk maju.	34 25 17	37 35	5
Jumlah		13	12	25

d) Skoring Skala Kepribadian *Hardiness*

Skala ini terdiri dari 13 item *favourable* dan 12 item *unfavorable* sehingga jumlah keseluruhan 25 item. Delapan indikator di atas diuraikan dalam format skala *likert*. Skala ini disajikan dalam bentuk pernyataan yang *favorable* dan *unfavorable* dengan lima alternatif jawaban yang terdiri dari: Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Netral (N), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS). Adapun alasan penghilangan jawaban ditengah (Netral) karena: a) kategori ragu-ragu memiliki arti ganda, bisa diartikan netral, setuju, tidak setuju, bahkan ragu-ragu. b) tersedianya jawaban yang di tengah menimbulkan kecenderungan menjawab ke tengah (*central tendency effect*) terutama bagi mereka yang ragu-ragu atas arah kecenderungan jawabannya ke arah setuju atau tidak setuju. c) maksud kategori jawaban SS-S-TS-STS adalah terutama untuk melihat kecenderungan responden ke arah setuju atau ke arah tidak setuju (Rini dalam Suhadianto, 2006).

Menurut Azwar (2012) Pilihan-pilihan jawaban yang disediakan selalu bersifat simetrikal, yaitu jenjang ke arah positif sama banyak dengan jenjang ke arah negatif. Di samping itu, umumnya pilihan dibuat dalam jumlah ganjil dengan pilihan tengah merupakan pilihan netral. Berkenaan dengan pilihan tengah ini kiranya ada dua hal yang patut diperhatikan :

1. Silang pendapat mengenai perlu-tidaknya (bahkan cenderung ke arah kontroversi mengenai boleh-tidaknya) menyediakan pilihan dipicu oleh kekhawatiran sementara orang yang berpendapat bahwa bila pilihan tengah atau netral disediakan maka kebanyakan subyek akan cenderung untuk menempatkan pilihannya dikategori tengah tersebut, sehingga data mengenai perbedaan di antara responden menjadi kurang informatif. Dengan kata lain dikhawatirkan responden yang diperoleh tidak cukup bervariasi (Nussbeck, 2009). Sebenarnya, kekhawatiran tersebut kurang beralasan karena :
 - a. Kecenderungan subyek untuk memilih pilihan tengah lebih disebabkan kalimat dalam aitem itu sendiri yang tidak cukup sensitif untuk memancing respon yang berbeda dari subyek. Bila aitem ditulis dengan benar, variasi jawaban akan keluar dengan sendirinya.
 - b. Kalau pilihan tengah tidak disediakan, sedangkan subyek memang benar-benar merasa dirinya berada diantara “ya” dan “tidak” atau di antara “setuju” dan “tidak setuju” jawaban apa yang harus dipilih ? memilih “setuju” berarti ia menjawab tidak benar, memilih “tidak setuju” pun berarti ia berbohong. Bagaimana dengan validitas respon seperti itu ?
 - c. Belum ada bukti empirik yang mendukung kekhawatiran tersebut.

2. Pilihan tengah harus diwujudkan sebagai N (=Netral) atau tidak menentukan pendapat. Jangan memberikan pilihan tengah sebagai R (=Ragu-ragu) karena respon yang kita inginkan adalah respon yang diyakini oleh subyek. Sekalipun subyek memilih respon N atau memilih respon tidak menentukan pendapat namun pilihan itu harus merupakan pilihan yang diyakini olehnya. Artinya ia percaya kalau dirinya memang berada pada posisi tengah, ia yakin bahwa dirinya netral, bukan memilih jawaban tengah dikarenakan ragu-ragu. Memilih respon negatif atau respon positif pun sama tidak ada gunanya bila dilakukan tidak dengan keyakinan atau diberikan oleh responden secara sembarangan.

Dengan berbagai pendapat di atas maka peneliti memilih format skala likert *favorable* dan *unfavorable* dengan pilihan pernyataan STS-SS-N-S-SS. Untuk skala ini, bobot nilai untuk setiap pernyataan yang mendukung (*favorable*) bergerak dari 5 sampai 1 dimana pilihan Sangat Setuju (SS) diberi nilai 5, Setuju (S) diberi nilai 4, Netral (N) diberi nilai 3, Tidak Setuju (TS) diberi nilai 2, dan Sangat Tidak Setuju (STS) diberi nilai 1. Bobot nilai untuk setiap pernyataan yang bersifat tidak mendukung (*unfavorable*) bergerak dari 1 sampai dengan 5 dengan pilihan Sangat Setuju (SS) diberi nilai 1, Setuju (S) diberi nilai 2, Netral (3), Tidak Setuju (TS) diberi nilai 4, dan Sangat Tidak Setuju (STS) diberi nilai 5.

Tabel 3.4
Skoring Skala Kepribadian *Hardiness*

Kategori Respon	Skor Skala F	Skor Skala UF
SS	5	1
S	4	2
N	3	3
TS	2	4
STS	1	5

e) **Uji Daya Diskriminasi Item Dan Uji Estimasi Reliabilitas Skala Kepribadian *Hardiness***

1) **Uji daya diskriminasi skala kepribadian *hardiness***

Validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu instrumen pengukuran (tes) dalam melakukan fungsi ukurnya (Azwar, 2009).

Fungsi perhitungan validitas adalah untuk mengetahui apakah skala tersebut mampu menghasilkan data yang akurat sesuai dengan tujuan ukurnya. Tidak ada batasan universal yang menunjuk pada angka minimal yang harus dipenuhi agar suatu skala dikatakan valid (Azwar, 2010).

Standart pengukuran yang digunakan untuk menentukan validitas aitem berdasarkan pendapat Azwar (2007) bahwa suatu aitem dikatakan memiliki indeks daya beda baik apabila $r_{ix} \geq 0$,

30. Apabila jumlah aitem yang valid ternyata masih tidak mencukupi jumlah yang diinginkan, maka dapat menurunkan sedikit kriteria dari 0,30 menjadi 0,25 atau 0,20. Adapun standart yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah 0,30.

Uji validitas skala kepribadian *hardiness* ini dilakukan pada 80 mahasiswa-mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya.

Standar yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah 0,3. Setelah dianalisis, ditemukan beberapa aitem dengan daya diskriminasi rendah. Aitem yang diterima adalah aitem yang memiliki daya diskriminasi di atas 0,3 sedangkan aitem yang mempunyai daya diskriminasi kurang dari 0,3 menunjukkan aitem tersebut tidak valid.

Dari 25 aitem skala kepribadian *hardiness* yang telah diujikan pada 80 subyek penelitian hasil uji validitas skala kepribadian *hardiness*, terdapat 16 aitem dengan daya diskriminasi tinggi yaitu nomor 5, 6, 7, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 18, 22, 23, 24, 25 dan 9 aitem dengan daya diskriminasi rendah yaitu nomor 1, 2, 3, 4, 8, 17, 19, 20, 21. Perincian aitem-aitem yang daya diskriminasi tinggi dan daya diskriminasi rendah dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.5
Indeks Diskriminasi Item Skala Kepribadian *Hardiness*

Nomor Aitem	<i>Corrected Item Total Correlation</i>	Daya Diskriminasi Aitem
Aitem 5	0.500	Daya diskriminasi tinggi
Aitem 6	0.434	Daya diskriminasi tinggi
Aitem 7	0.468	Daya diskriminasi tinggi
Aitem 9	0.559	Daya diskriminasi tinggi
Aitem 10	0.529	Daya diskriminasi tinggi
Aitem 11	0.533	Daya diskriminasi tinggi
Aitem 12	0.380	Daya diskriminasi tinggi
Aitem 13	0.502	Daya diskriminasi tinggi
Aitem 14	0.325	Daya diskriminasi tinggi
Aitem 15	0.326	Daya diskriminasi tinggi
Aitem 16	0.572	Daya diskriminasi tinggi
Aitem 18	0.364	Daya diskriminasi tinggi
Aitem 22	0.484	Daya diskriminasi tinggi
Aitem 23	0.559	Daya diskriminasi tinggi
Aitem 24	0.488	Daya diskriminasi tinggi
Aitem 25	0.334	Daya diskriminasi tinggi

2) Uji estimasi reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran dapat dipercaya, suatu hasil pengukuran dikatakan baik jika dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap subjek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama (Azwar, 2009).

Teknik yang digunakan dalam menganalisis hasil reliabilitas skala kepribadian *hardiness* adalah rumus *Alpha*

Cronbach dengan menggunakan bantuan program SPSS. Dalam aplikasinya, reliabilitas dinyatakan oleh koefisien reliabilitas yang angkanya berada dalam rentang dari 0 sampai 1,00. Semakin tinggi koefisien reliabilitas mendekati 1,00 berarti semakin tinggi reliabilitasnya, juga sebaliknya (Azwar, 2010).

Berikut tabel reliabilitas skala kepribadian *hardiness*:

Tabel: 3.6
Hasil Uji Estimasi Reliabilitas Skala Kepribadian *Hardiness*

Variabel	Reliabilitas
Kepribadian <i>hardiness</i>	0.840

Berdasarkan tabel di atas, koefisien reliabilitas skala kepribadian *hardiness* sebesar 0.840, jadi dapat disimpulkan bahwa skala kepribadian *hardiness* adalah **reliabel**.

2. Skala *Entrepreneur Intention*

a) Definisi Operasional Skala *Entrepreneur Intention*

Entrepreneur Intention diartikan sebagai proses pencarian informasi yang dapat digunakan untuk mencapai tujuan pembentukan suatu usaha. Intensi sebagai prediktor yang terbaik bagi perilaku kewirausahaan. Seseorang dengan intensi untuk memulai usaha akan memiliki kesiapan dan kemajuan yang lebih baik dalam usaha yang dijalankan dibandingkan dengan seseorang tanpa intensi untuk memulai usahanya. Seseorang yang mengumpulkan informasi tentang barang atau jasa yang menjadi peluang usaha, pasar yang disasar, prediksi kebutuhan pada masa yang akan datang, dan pengetahuan tentang proses produksi, saluran distribusi dan keunikan dari produknya nanti akan lebih berhasil jika dibandingkan dengan mereka yang hanya mengikuti *trend* sesaat dalam berwirausaha. Hal ini menunjukkan perlunya *entrepreneur intention* bagi calon wirausaha baru. *Entrepreneur intention* dalam penelitian ini akan diukur dengan menggunakan skala *entrepreneur intention*.

b) Indikator Skala *Entrepreneur Intention*

Untuk mengukur *entrepreneur intention*, dalam penelitian ini digunakan ciri *entrepreneur intention* sebagaimana menurut Nurul & Rokhima (2008) disusun berdasarkan tujuh ciri kepribadian *entrepreneur intention*, yaitu :

1. Melakukan sesuatu dengan baik.
2. Membuat segala sesuatunya lebih baik.
3. Ingin mewujudkan yang diinginkan
4. Berusaha mencari modal untuk berwirausaha
5. Berusaha mencari informasi tentang wirausaha
6. Memperoleh pendidikan
7. Mendapatkan pengalaman

c) **Blueprint Skala Entrepreneur Intention**

Blueprint skala *entrepreneur intention* dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3.7
Blueprint Skala Entrepreneur Intention

Dimensi	Indikator	Aitem		Jumlah
		F	UF	
Kepribadian	Melakukan sesuatu dengan baik.	13	22 24	3
	Membuat segala sesuatunya lebih baik.	15	29	2
	Ingin mewujudkan yang diinginkan.	21 23 30	39 41 43	6
Lingkungan	Berusaha mencari modal untuk berwirausaha.	48 40	16 45	4
	Berusaha mencari informasi tentang wirausaha.	42 44	14 4	4
Demografis	Memperoleh pendidikan.	50	27 49	3
	Mendapatkan pengalaman.	19 26	2	3
Jumlah		12	13	25

d) **Skoring Skala Entrepreneur Intention**

Skala ini terdiri dari 12 item *favourable* dan 13 item *unfavorable* sehingga jumlah keseluruhan 25 item. Tujuh indikator di atas diuraikan dalam format skala *likert*. Skala ini disajikan dalam bentuk pernyataan yang *favorable* dan *unfavorable* dengan lima alternatif jawaban yang terdiri dari: Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Netral (N), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS).

Menurut Azwar (2012) Pilihan-pilihan jawaban yang disediakan selalu bersifat simetrikal, yaitu jenjang ke arah positif sama banyak dengan jenjang ke arah negatif. Di samping itu, umumnya pilihan dibuat dalam jumlah ganjil dengan pilihan tengah merupakan pilihan netral. Berkenaan dengan pilihan tengah ini kiranya ada dua hal yang patut diperhatikan :

1. Silang pendapat mengenai perlu-tidaknya (bahkan cenderung ke arah kontroversi mengenai boleh-tidaknya) menyediakan pilihan dipicu oleh kekhawatiran sementara orang yang berpendapat bahwa bila pilihan tengah atau netral disediakan maka kebanyakan subyek akan cenderung untuk menempatkan pilihannya di kategori tengah tersebut, sehingga data mengenai perbedaan di antara responden menjadi kurang informatif. Dengan kata lain dikhawatirkan responden yang diperoleh tidak cukup bervariasi (Nussbeck, 2009). Sebenarnya, kekhawatiran tersebut kurang beralasan karena :
 - a. Kecenderungan subyek untuk memilih pilihan tengah lebih disebabkan kalimat dalam aitem itu sendiri yang tidak cukup sensitif untuk memancing respon yang berbeda dari subyek. Bila aitem ditulis dengan benar, variasi jawaban akan keluar dengan sendirinya.
 - b. Kalau pilihan tengah tidak disediakan, sedangkan subyek memang benar-benar merasa dirinya berada diantara “ya” dan

“tidak” atau di antara “setuju” dan “tidak setuju” jawaban apa yang harus dipilih ? memilih “setuju” berarti ia menjawab tidak benar, memilih “tidak setuju” pun berarti ia berbohong. Bagaimana dengan validitas respon seperti itu ?

- c. Belum ada bukti empirik yang mendukung kekhawatiran tersebut.
2. Pilihan tengah harus diwujudkan sebagai N (=Netral) atau tidak menentukan pendapat. Jangan memberikan pilihan tengah sebagai R (=Ragu-ragu) karena respon yang kita inginkan adalah respon yang diyakini oleh subyek. Sekalipun subyek memilih respon N atau memilih respon tidak menentukan pendapat namun pilihan itu harus merupakan pilihan yang diyakini olehnya. Artinya ia percaya kalau dirinya memang berada pada posisi tengah, ia yakin bahwa dirinya netral, bukan memilih jawaban tengah dikarenakan ragu-ragu. Memilih respon negatif atau respon positif pun sama tidak ada gunanya bila dilakukan tidak dengan keyakinan atau diberikan oleh responden secara sembarangan.

Dengan berbagai pendapat di atas maka peneliti memilih format skala likert *favorable* dan *unfavorable* dengan pilihan pernyataan STS-SS-N-S-SS.

Untuk skala ini, bobot nilai untuk setiap pernyataan yang mendukung (*favorable*) bergerak dari 5 sampai 1 dimana pilihan Sangat Setuju (SS) diberi nilai 5, Setuju (S) diberi nilai 4, Netral (N)

diberi nilai 3, Tidak Setuju (TS) diberi nilai 2, dan Sangat Tidak Setuju (STS) diberi nilai 1. Bobot nilai untuk setiap pernyataan yang bersifat tidak mendukung (*unfavorable*) bergerak dari 1 sampai dengan 5 dengan pilihan Sangat Setuju (SS) diberi nilai 1, Setuju (S) diberi nilai 2, Netral (3), Tidak Setuju (TS) diberi nilai 4, dan Sangat Tidak Setuju (STS) diberi nilai 5.

Tabel 3.8
Skoring Skala Entrepreneur Intention

Kategori Respon	Skor Skala F	Skor Skala UF
SS	5	1
S	4	2
N	3	3
TS	2	4
STS	1	5

e) Uji Daya Diskriminasi Item Dan Uji Estimasi Reliabilitas Skala *Entrepreneur Intention*

a) Uji daya diskriminasi item skala *entrepreneur intention*

Validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu instrumen pengukuran (tes) dalam melakukan fungsi ukurnya (Azwar, 2009).

Fungsi perhitungan validitas adalah untuk mengetahui apakah skala tersebut mampu menghasilkan data yang akurat sesuai dengan tujuan ukurnya. Tidak ada batasan universal yang menunjuk pada angka minimal yang harus dipenuhi agar suatu skala dikatakan valid (Azwar, 2010).

Standart pengukuran yang digunakan untuk menentukan validitas aitem berdasarkan pendapat Azwar (2007) bahwa suatu aitem dikatakan memiliki indeks daya beda baik apabila $r_{ix} \geq 0,30$. Apabila jumlah aitem yang valid ternyata masih tidak mencukupi jumlah yang diinginkan, maka dapat menurunkan sedikit kriteria dari 0,30 menjadi 0,25 atau 0,20. Adapun standart yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah 0,30.

Uji validitas skala *entrepreneur intention* ini dilakukan pada 80 mahasiswa-mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya. Standar yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah 0,3. Setelah dianalisis, ditemukan beberapa aitem dengan daya diskriminasi rendah. Aitem yang diterima adalah aitem yang memiliki daya diskriminasi di atas 0,3 sedangkan aitem yang mempunyai daya diskriminasi kurang dari 0,3 menunjukkan aitem tersebut tidak valid.

Dari hasil uji validitas skala *entrepreneur intention*, terdapat 17 aitem dengan daya diskriminasi tinggi yaitu nomor 1, 2, 3, 4, 5, 6, 8, 9, 10, 11, 14, 15, 16, 18, 20, 21, 24 dan 8 aitem

dengan daya diskriminasi rendah yaitu dari nomor 7, 12, 13, 17, 19, 22, 23, 25 dari 25 aitem. Perincian aitem-aitem yang daya diskriminasi tinggi dan daya diskriminasi rendah dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.9
Indeks Diskriminasi Aitem Skala *Entrepreneur Intention*

Nomor Aitem	<i>Corrected Item Total Correlation</i>	Daya Diskriminasi Aitem
Aitem 1	.465	Daya diskriminasi tinggi
Aitem 2	.328	Daya diskriminasi tinggi
Aitem 3	.372	Daya diskriminasi tinggi
Aitem 4	.604	Daya diskriminasi tinggi
Aitem 5	.434	Daya diskriminasi tinggi
Aitem 6	.367	Daya diskriminasi tinggi
Aitem 8	.313	Daya diskriminasi tinggi
Aitem 9	.414	Daya diskriminasi tinggi
Aitem 10	.410	Daya diskriminasi tinggi
Aitem 11	.345	Daya diskriminasi tinggi
Aitem 14	.482	Daya diskriminasi tinggi
Aitem 15	.322	Daya diskriminasi tinggi
Aitem 16	.565	Daya diskriminasi tinggi
Aitem 18	.593	Daya diskriminasi tinggi
Aitem 20	.584	Daya diskriminasi tinggi
Aitem 21	.379	Daya diskriminasi tinggi
Aitem 24	.337	Daya diskriminasi tinggi

b) Uji Estimasi Reliabilitas Skala *Entrepreneur Intention*

Reliabilitas menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran dapat dipercaya, suatu hasil pengukuran dikatakan baik jika dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap subjek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama (Azwar, 2009).

Teknik yang digunakan dalam menganalisis hasil reliabilitas Skala *Entrepreneur Intention* adalah rumus *Alpha Cronbach* dengan menggunakan bantuan program SPSS. Dalam aplikasinya, reliabilitas dinyatakan oleh koefisien reliabilitas yang angkanya berada dalam rentang dari 0 sampai 1,00. Semakin tinggi koefisien reliabilitas mendekati 1,00 berarti semakin tinggi reliabilitasnya, juga sebaliknya (Azwar, 2010). Berikut tabel reliabilitas skala kepribadian *hardiness*:

Tabel 3.10
Hasil Uji Estimasi Reliabilitas Skala *Entrepreneur Intention*

Variabel	Reliabilitas
<i>Entrepreneur Intention</i>	0.834

Berdasarkan tabel di atas, koefisien reliabilitas skala *entrepreneur intention* sebesar 0.834, jadi dapat disimpulkan bahwa skala *entrepreneur intention* adalah **reliabel**.

F. Analisis Data

Analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *Analisis korelasi Product Moment* yang merupakan analisis korelasi suatu hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya (Muhid, 2010). Analisis data ini akan menggunakan bantuan program komputer *SPSS*.

Sebelum analisis data itu dilakukan, maka terlebih dahulu dilakukan uji prasyarat, antara lain:

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui kenormalan distribusi sebaran skor variabel apabila terjadi penyimpangan sejauh mana penyimpangan tersebut. Uji ini menggunakan teknik *Product Moment* dengan kaidah yang digunakan bahwa apabila signifikansi $> 0,05$ maka dikatakan distribusi normal, begitu pula sebaliknya jika signifikansi $< 0,05$ maka dikatakan distribusi tidak normal.

Berdasarkan uji tes normalitas yang menunjukkan sig variabel kepribadian *hardiness* $0.090 \geq 0.05$ dan variabel *entrepreneur intention* $0.200 \geq 0.05$ maka data berdistribusi normal.

Berikut tabel uji normalitas:

Tabel 3.11
Hasil Uji Normalitas

Variabel	Tes of Normality	Keterangan
Kepribadian <i>hardiness</i>	0.090	Berdistribusi Normal
<i>Entrepreneur intention</i>	0.200	Berdistribusi Normal

2. Uji Linieritas

Uji linieritas dilakukan untuk membuktikan bahwa masing-masing variabel bebas mempunyai hubungan yang linier dengan variabel tergantung. Kaidah yang digunakan untuk mengetahui linieritas hubungan antara variabel bebas dengan variabel tergantung adalah jika $p < 0,05$ maka hubungannya linier, jika $p > 0,05$ maka hubungan tidak linier. Hasil uji linieritas variabel bebas dengan variabel tergantung menunjukkan $p < 0,05$ yaitu $0,000 < 0,05$. Hasil tersebut bisa dilihat bahwa hubungan antara variabel kepribadian *hardiness* dan *entrepreneur intention* mempunyai hubungan yang linier.

Jika sudah dilakukan uji prasyarat yakni uji normalitas data serta uji linieritas data dan hasilnya menunjukkan bahwa data berdistribusi normal dan hubungan antara variabel menunjukkan linier, maka dilanjutkan dengan menguji hipotesis yang telah diajukan dalam penelitian ini. Berdasarkan hipotesis yang diajukan, maka uji hipotesis dengan menggunakan analisis statistik parametrik korelasi Pearson atau *Product Moment Correlation* dikarenakan uji hubungan (*correlation*) antar dua variabel.