

BAB III

METODE PENELITIAN

1.1. Jenis Penelitian

Penelitian mengenai Pengaruh Peran Teknologi dalam meningkatkan Motivasi dan Kreativitas Pengusaha Wanita milenial dalam memulai bisnis merupakan penelitian kuantitatif korelasional. Penelitian korelasional merupakan penelitian untuk mengetahui hubungan atau korelasi antara dua variabel atau lebih dan menjelaskan keterkaitan antara variabel satu dengan variabel yang lain. Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui adanya korelasi dan pengaruh beberapa variabel dengan melakukan pengujian hipotesis terhadap variabel yang diteliti.

1.2. Populasi dan Sampel

1.2.1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswi STIE Malangkuçeçwara. Alasan peneliti memilih populasi tersebut karena waktu dan tempat yang memungkinkan

1.2.2. Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *stratified random sampling* atau pengambilan sampel dengan memperhatikan suatu tingkatan. metode ini mengambil sampel berdasarkan tingkat tertentu. Adapun kriteria yang digunakan untuk memilih sampel adalah sebagai berikut:

1. Pengusaha wanita millenial yang memiliki bisnis
2. Usia antara 17-25 tahun
3. Mahasiswi STIE Malangkuçeçwara

1.3. Variabel operationalisasi, dan Pengukuran

Pengujian Hipotesis ini terdapat beberapa variabel yang terkait. Dalam penelitian ini digunakan dua variabel independen, satu variabel moderasi, dan Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Pengusaha Wanita, variabel independen terdiri dari motivasi dan kreativitas dan variabel moderasi adalah Teknologi.

Pada penelitian ini, Motivasi (X1), Kreativitas (X2) yang menjadi variabel independen, Teknologi (Z) yang menjadi Variabel Moderasi, dan Pengusaha Wanita (Y) yang menjadi Variabel Dependennya. Definisi operasional atas variabel penelitian sebagai berikut:

a. Motivasi

Motivasi dalam konteks berwirausaha dapat dikatakan sebagai keseluruhan daya penggerak didalam diri seorang enterpreneur yang menimbulkan kegiatan entrepreneur yang menjamin kelangsungan dan memberi arah pada kegiatan entrepreneur tersebut hingga tujuan yang dikehendaki dapat tercapai.(Wikanso, 2013).

Motivasi didefinisikan sebagai kondisi internal yang membangkitkan kita untuk bertindak, mendorong kita mencapai tujuan tertentu, dan membuat kita tetap tertarik dalam kegiatan tertentu (Uno, 2007).

Salah satu indikator yang digunakan dalam mengukur motivasi adalah dengan kuesioner. Caranya adalah dengan meminta klien untuk mengisi kuesioner yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang dapat memotivasi klien.

b. Kreativitas

Kreativitas merupakan kemampuan seseorang untuk melahirkan sesuatu yang baru berupa gagasan maupun karya nyata. Pengukuran kreativitas dapat dibedakan atas pendekatan-pendekatan yang digunakan untuk mengukurnya. Jumlah item pertanyaan sebanyak 4-item.

Ada tiga pendekatan yang lazim yang digunakan untuk mengukur kreativitas adalah sebagai berikut:

1. Analisis Obyektif

Analisis obyektif terhadap perilaku kreatif dengan menilai secara langsung kreativitas suatu produk berupa benda atau karya-karya kreatif lain yang dapat diobservasi fisiknya.

2. Pertimbangan subyektif

Pengukuran ini diarahkan kepada orang atau produk kreatif. Prosedur lain dalam dalam pertimbangan ini menggunakan kesepakatan umum, jika jumlah subyeknya terbatas.

3. Inventori Biografis

Pendekatan ini digunakan untuk mengungkapkan berbagai aspek kehidupan orang-orang kreatif, meliputi identitas pribadinya, lingkungannya, serta pengalaman-pengalaman kehidupannya.

c. Teknologi

Teknologi saat ini sudah mendominasi seluruh kegiatan manusia dari mulai berbelanja, membayar tagihan dan bekerja. Teknologi telah banyak digunakan untuk mendukung proses bisnis. Peran yang membuat teknologi penting dalam bisnis adalah seperti untuk mempermudah cara komunikasi, sebagai sumber pengetahuan, dan aktivitas bisnis lebih terarah. Nur maflihhah (2010) memberikan beberapa dimensi tentang kemanfaatan teknologi meliputi :

- a. menjadi pekerjaan lebih mudah
- b. bermanfaat
- c. menambah produktifitas
- d. mempertinggi efektifitas
- e. mengembangkan kinerja pekerjaan

d. Pengusaha wanita

Jika dulu dunia kerja selalu dan hanya didominasi oleh kaum pria, di zaman sekarang yang semakin berkembang, perempuan juga memiliki porsi yang sama. Sudah banyak wanita-wanita hebat dan tangguh yang mapu mejadi sukses dengan usahanya sendiri sebagai seorang pekerja. Namun demikian adapun tantangan yang dihadapi wirausaha perempuan seperti pandangan masyarakat yang meremehkan wirausaha wanita, ilmu sosial bisnis yang terbatas, takut dan cemas dalam bisnis.

1.4. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini untuk memperoleh data yang dibutuhkan penulis menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara Teknik komunikasi tidak langsung, yaitu teknik mengumpulkan data dengan menggunakan alat atau perantara media yaitu kuesioner atau angket sebagai sumber data. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan beberapa pertanyaan kepada responden untuk dijawab. Kuesioner

itu sendiri dapat berupa pertanyaan atau pernyataan dan dapat diberikan kepada responden secara langsung. Kuesioner yang dibagikan kepada calon responden diharapkan dapat memberikan respon terhadap pertanyaan dan pernyataan yang ada dalam kuesioner. Dalam pengukurannya, setiap responden diminta pendapatnya mengenai suatu pernyataan, dengan skala penilaian 1 sampai dengan 5. Berikut adalah skor skala likert dalam penelitian ini:

Tabel 3.1
Skor Skala Likert

Jawaban	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

3.5. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan ini sesuai dengan tujuan penelitian yaitu menganalisis peran teknologi meningkatkan motivasi pengusaha wanita milenial, pengaruh kreativitas terhadap pengusaha wanita milenial, dan pengaruh motivasi terhadap pengusaha wanita milenial. Maka ada tahapan analisis yang akan dilakukan sebagai berikut:

3.5.1. Analisis Deskripsi Variabel

Menurut Santoso (2002:5) statistik deskripsi lebih berhubungan dengan pengumpulan data. Data-data statistik yang dikumpulkan umumnya masih acak, mentah dan tidak terorganisir dengan baik dan teratur, baik dalam bentuk tabel maupun grafik sebagai dasar untuk pengambilan keputusan. Statistik deskriptif berguna untuk menganalisis variabel-variabel yang dinyatakan dengan sebaran frekuensi baik secara angka maupun presentase.

3.5.2. Uji Validitas dan Reabilitas

Uji validitas dilakukan untuk mengungkapkan apakah pertanyaan pada kuesioner tersebut valid atau tidak. Menurut Hadi dalam Bawono (2006:68) mengatakan analisis ini dipakai untuk mengukur seberapa cermat test melakukan fungsi ukurnya atau telah benar-benar dapat mencerminkan variabel yang diukur.

Dalam penelitian ini ada dua cara untuk memutuskan valid atau tidaknya suatu data, berikut pembahasannya:

Pertama, menggunakan analisis Bivariate Pearson (korelasi produk moment person) analisis ini dengan cara mengkorelasikan masing-masing skor item dengan skor total. skor total adalah jumlah dari keseluruhan item. Item-item pertanyaan yang berkorelasi signifikan dengan skor total menunjukkan item-item tersebut mampu memberikan dukungan dalam mengungkap apa yang ingin diungkap. Pengujian menggunakan uji dua sisi dengan taraf signifikansi 0,05. Kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

1. Jika $r \text{ hitung} \geq r \text{ tabel}$ (uji 2 sisi dengan signifikansi 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid)
2. Jika $r \text{ hitung} \leq r \text{ tabel}$ (uji 2 sisi dengan signifikansi 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid)

Kedua, pengambilan keputusan berdasarkan jika nilai P Value atau signifikan $< 0,05$ maka item atau pertanyaan tersebut valid dan sebaliknya (Ghozila, 2011).

Sedangkan uji reliabilitas merupakan alat yang digunakan untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozila, 2006).

Metode yang digunakan untuk melakukan uji validitas adalah dengan melakukan korelasi antar skor butir pernyataan dengan total skor konstruk atau variabel. Sedangkan untuk menguji uji reabilitas yang digunakan dalam penelitian ini, adalah dengan menggunakan SPSS, yakni dengan uji statistik *Cronbach Alpha*. Suatu variabel dapat dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* > 0.60 . (Ghozila, 2006).

3.5.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan tahapan yang penting dilakukan dalam proses analisis regresi. Apabila tidak terdapat gejala asumsi klasik diharapkan dapat dihasilkan model regresi yang handal sesuai dengan kaidah BLUE (Best Liner Unbiasel Estimator), yang menghasilkan model regresi yang tidak biasa dan handal sebagai penaksir (Bawono, 2006: 115). Uji asumsi klasik terdiri dari empat macam:

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam metode regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah data yang berdistribusi normal atau mendekati normal.

1. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varian residual satu ke pengamatan lainnya tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas (Ghozali, 2013: 139).

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi antara variabel bebas (independen) pada model regresi. Dalam model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Multikolinearitas dapat diketahui dengan cara menganalisis matrik korelasi variabel-variabel independen. Selain itu juga dapat diketahui melalui nilai tolerance dan variance inflation factor (VIF) yang di hasilkan oleh variabel-variabel independen.

3. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui terdapat sebuah korelasi antara residual pada periode t dengan residual pada periode sebelumnya (t-1) . tujuannya adalah untuk melakukan pengujian tentang ada atau tidak nya korelasi diantara kesalahan pengganggu pada periode t dengan periode t-1 yang ada pada persamaan regresi linier. Metode pengujian menggunakan uji *Durbin-Waston (DW test)*.

Dasar pengambilan keputusan :

- $DU < DW$ atau $DW < 4-DU$ maka diterima yang berarti tidak terjadi adanya autokorelasi
- $DW < DL$ atau $DW > 4-DL$ maka ditolak yang berarti terjadi autokorelasi
- $DL < DW < DU$ atau $4-DW < 4-DL$ berarti tidak adanya kesimpulan yang pasti.

Nilai DU dan DL dapat diperoleh dengan melihat pada tabel statistik Durbin Waston. Dengan $n = 11$ dan $k = 2$ sehingga didapatkan sebuah nilai $DL = 0,75798$ dan $DU = 1,60439$ sehingga dengan nilai $4-DU = 2,39561$ dan $4-DL = 3,242$.

3.5.4. Analisis Regresi

Hasil pengumpulan data akan dihimpun setiap variabel sebagai suatu nilai dari setiap responden dan dapat dihitung melalui SPSS. Dalam penelitian ini perhitungan statistik menggunakan Model analisis Regresi dengan persamaan sebagai berikut :

Untuk menguji Hipotesis yaitu Pengaruh Motivasi, kreativitas, interaksi antara motivasi dengan teknologi dan interaksi kreativitas dengan teknologi dengan teknologi terhadap pengusaha wanita milenial dengan persamaan regresi melalui uji interaksi atau biasa juga sering disebut dengan *Moderated Regresion Analysis (MRA)*. MRA adalah aplikasi khusus regresi berganda linier dimana dalam persamaan regresinya mengandung unsur interaksi (perkalian dua atau lebih variabel independen) (Ghozila,2006)

3.5.5. Uji Hipotesis

1. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) adalah salah satu alat ukur yang digunakan untuk melihat seberapa besar kemampuan variabel independen menerangkan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi berada diantara 0, maka menunjukkan kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Sebaliknya jika R^2 mendekati 1, maka menunjukkan kemampuan variabel independen yang memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk menjelaskan variabel dependen.

1. Uji F

Uji F dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui seberapa jauh semua variabel independen secara bersama-sama dapat mempengaruhi variabel dependen (Bawono, 2006 : 91). Dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima artinya ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen.
2. Jika $F > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

3. Uji t

Uji ini menurut Bawono (2006;89) digunakan untuk melihat tingkat signifikansi variabel independen mempengaruhi mempengaruhi variabel dependen secara individu atau sendiri-sendiri. Penguji ini dilakukan secara persial atau sendiri-sendiri, dengan menggunakan uji t statistik untuk masing-masing variabel bebas dengan tingkat kepercayaan tertentu. Adapun kriteria pengujian uji t adalah sebagai berikut:

1. Jika signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima berarti ada pengaruh signifikan variabel independen terhadap variabel dependen,
2. Jika signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak berarti tidak ada pengaruh signifikan variabel independen secara individual terhadap variabel dependent.