

## **BAB 3**

### **Metode Penelitian**

#### **3.1 Desain Penelitian**

Pada dasarnya penelitian merupakan salah satu upaya dalam menemukan solusi pada suatu masalah, menurut Suhardjono, dkk yang dikutip dari buku *Methodology of Quantitative Approach* (2021) karya Abd. Mukhid, penelitian diartikan sebagai upaya mencari informasi untuk memecahkan suatu masalah dengan menggunakan metode ilmiah. Dalam penelitian, terdapat dua metode yang digunakan oleh para peneliti untuk melakukan penelitian terhadap masalah, antara lain metode penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. Dimana metode penelitian kuantitatif, peneliti menggunakan populasi atau sampel sebagai bahan penelitian yang menggunakan alat ukur maupun instrumen penelitian lainnya. Dengan menggunakan data yang bersifat statistik, melakukan pengujian hipotesis, dan menggunakan metode survei serta eksperimen sebagai metode pengumpulan data. Sedangkan metode penelitian kualitatif menggunakan ucapan atau tulisan hingga sikap orang yang diamati sebagai bahan penelitian, yang menghasilkan data deskriptif yang nantinya akan dianalisis oleh peneliti. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif untuk memperoleh jawaban atas permasalahan penelitian.

Tujuan dari penelitian ini yaitu mengetahui pengaruh komitmen komunitas kewirausahaan yang dipengaruhi oleh *community affect*, *community trust*, dan *community social identification* yang merupakan cakupan dari optimalisasi komunitas kewirausahaan terhadap peningkatan performa bisnis anggota komunitas yang diindikasikan dengan *entrepreneur profile*, *firm resources*, dan *market characteristic*. Sehingga dengan adanya penelitian ini, akan diketahui bagaimana peran optimalisasi komunitas wirausaha dapat memberikan peningkatan pada performa bisnis para anggota komunitas, yang pada akhirnya dapat memaparkan data yang dapat ditinjau baik oleh pemerintah hingga calon wirausaha. *Structural Equation Model (SEM)* sebagai metode analisis .

### 3.2 Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Variabel dapat dikatakan sebagai salah satu bagian terpenting dalam penelitian kuantitatif. Sugiyono (2019), mengungkapkan definisi variabel penelitian sebagai atribut atau karakteristik atau nilai dari seseorang, benda, atau aktivitas yang menunjukkan variasi tertentu, ditentukan oleh peneliti, yang diteliti, dan kemudian ditarik kesimpulan. Dengan artian lain bahwa variabel penelitian merupakan sesuatu hal yang menjadi fokus utama dalam sebuah penelitian untuk diteliti.

Sedangkan Sugiyono (2017), menyatakan bahwa “Operasional Variabel merupakan penentuan konstruk atau sifat yang akan dipelajari sehingga menjadi variabel yang dapat diukur”. Dengan artian lain, menurut Sugiarto (2016), Operasional Variabel didefinisikan sebagai seperangkat lengkap instruksi tentang apa variabel atau konsep yang diamati dan diukur untuk mengukur kelengkapan. Dengan mengetahui definisi dari operasional variabel, diharapkan untuk mempermudah peneliti dalam pengukuran variabel serta proses pengumpulan data.

**Tabel 3.1 Definisi dan Indikator Variabel**

Variabel	Definisi	Indikator	Pengukuran
Community Affect  (Diadopsi dari Meyer & Allen (1991) dan McMillan, D.W., (1996); Dewobroto (2021))	Komitmen afektif dalam komunitas adalah sejauh mana seseorang mengidentifikasi dirinya, ikut terlibat, dan menikmati keanggotaan-nya di organisasi.	1. Saya merasa dekat dengan komunitas, karena mereka dapat memberikan pengaruh kepada saya.  2. Saya merasa mudah untuk menyesuaikan diri di komunitas	<b>Skala likert 4 point :</b> 1: Sangat Tidak Setuju (STS) 2: Tidak Setuju (TS) 3: Setuju (S) 4: Sangat Setuju (SS)

		<p>karena kekompakan anggota komunitas lainnya.</p> <p>3. Saya merasa dapat memenuhi kebutuhan bagi bisnis saya, dari pertemuan dengan anggota komunitas.</p> <p>4. Komunitas wirausaha dapat membuat saya senang.</p> <p>5. Saya merasa nyaman berpartisipasi dalam komunitas ini.</p> <p>6. Saya merasa dapat menjadi diri sendiri di dekat anggota</p>	
--	--	---	--

		komunitas wirausaha saya.	
Community Trust  (Diadopsi dari Arcidiacono, dkk (2009) dan I Di Napoli, dkk (2019); Dewobroto (2021))	Harapan positif anggota komunitas terhadap peluang saat ini dan masa depan yang mereka rasakan dalam komunitas lokal mereka, yaitu tempat mereka tinggal dan berinteraksi.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya percaya dengan komunitas wirausaha saya.</li> <li>2. Saya dapat mengandalkan komunitas wirausaha saya.</li> <li>3. Saya merasa nyaman untuk berbagi banyak hal mengenai bisnis saya kepada anggota lain dari komunitas wirausaha saya.</li> <li>4. Komunitas wirausaha saya menawarkan perencanaan dan solusi yang memungkinkan realisasi bagi bisnis saya.</li> </ol>	Skala likert 4 point

		<p>5. Di dalam komunitas wirausaha, saya berdiskusi dengan anggota komunitas mengenai perencanaan bagi bisnis saya.</p> <p>6. Saya mempercayai masukan yang diberikan baik dari mentor maupun anggota komunitas wirausaha bagi keberlangsungan bisnis saya.</p> <p>7. Saya merasa nyaman menghabiskan waktu luang saya dengan anggota komunitas wirausaha saya.</p> <p>8. Saya ingin membuat proyek</p>	
--	--	---	--

		bisnis baru melalui komunitas wirausaha.	
<p>Community Social Identification</p> <p>(Diadopsi dari Abrams &amp; Hogg, (1990); Reynolds, dkk (2015); James E Cameron (2004))</p>	<p>Pemahaman individu bahwa mereka merupakan bagian dari grup sosial dan secara emosional menghargai keanggotaan.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya merasa bangga menjadi anggota dari komunitas wirausaha saya.</li> <li>2. Saya senang terlibat dalam berbagai kegiatan dengan komunitas wirausaha saya.</li> <li>3. Saya merasakan ikatan yang kuat dengan anggota lainnya di komunitas wirausaha saya.</li> <li>4. Saya merasa menjadi anggota komunitas wirausaha adalah salah satu bagian yang penting bagi</li> </ol>	<p>Skala likert 4 point</p>

		citra diri saya.	
<p>Community Commitment</p> <p>(Diadopsi dari Zhou, dkk (2012) dan Hur, M, W., dkk (2011); Meyer, dkk dalam Sopiah (2008))</p>	<p>Keinginan anggota komunitas untuk menjaga hubungan mereka terhadap komunitas mereka.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Melalui komunitas wirausaha, saya merasa lebih bertanggung jawab dan andil dalam komunitas.</li> <li>2. Melalui komunitas wirausaha, saya lebih suka berbagi &amp; bertukar informasi dan ilmu dengan anggota komunitas.</li> <li>3. Melalui komunitas wirausaha, saya lebih suka ikut berdiskusi dan mengikuti acara mentoring dari komunitas.</li> <li>4. Saya senang menceritakan pengalaman saya di komunitas wirausaha kepada orang lain.</li> <li>5. Saya senang</li> </ol>	<p>Skala likert 4 point</p>

		<p>mengajak orang lain untuk bergabung ke dalam komunitas wirausaha saya.</p> <p>6. Saya merasa komunitas wirausaha merupakan hal yang saya butuhkan.</p>	
<p>Human Capital  (Diadopsi dari Marimuthu el tal (2009) dan Federico, dkk (2012))</p>	<p>Berbagai proses yang terkait dengan pelatihan, pendidikan, dan inisiatif profesional lainnya yang meningkatkan pengetahuan, keterampilan, kompetensi, nilai, dan aset sosial karyawan, yang mengarah pada kepuasan kerja dan kinerja karyawan.</p>	<p>1. Melalui komunitas, saya merasa lebih bisa membangun ikatan yang erat dengan karyawan.</p> <p>2. Melalui komunitas, saya merasa lebih bisa membangun lingkungan bekerja yang lebih efektif dan produktif bagi karyawan.</p>	<p>Skala likert 4 point</p>



		<p>3. Melalui komunitas, saya lebih dapat melatih karyawan untuk bisa memberikan kepuasan bagi konsumen bisnis saya.</p> <p>4. Melalui komunitas, saya merasa lebih dapat meningkatkan kapabilitas karyawan sehingga mereka dapat andil dalam pelaksanaan rencana proyek baru bagi bisnis.</p>	
<p>Team (Diadopsi dari Arizona, R. (2017))</p>	<p>Tim adalah sekelompok kecil orang dengan keterampilan yang saling melengkapi yang bekerja pada tujuan bersama, tujuan kinerja, dan</p>	<p>1. Melalui komunitas wirausaha, saya merasa lebih bisa mendelegasikan pekerjaan bagi team saya.</p> <p>2. Melalui komunitas</p>	<p>Skala likert 4 point</p>

	pendekatan kepemilikan bersama.	<p>wirausaha, hubungan saya dengan team saya menjadi lebih erat dan solid.</p> <p>3. Melalui komunitas wirausaha, saya lebih mampu melakukan perencanaan dan proyek baru dengan team.</p>	
<p>Finance  (Diadopsi dari Gitman (2012:4) dan Federico, dkk (2012))</p>	Keuangan dapat didefinisikan sebagai ilmu dan seni dalam mengelola uang.	<p>1. Melalui komunitas wirausaha, saya lebih mendapatkan ilmu dalam membuat laporan keuangan yang profesional dan tertata melalui komunitas bisnis.</p> <p>2. Melalui komunitas wirausaha, saya merasa lebih dapat membuat strategi perencanaan</p>	Skala likert 4 point

		<p>keuangan bagi bisnis saya.</p> <p>3. Melalui komunitas wirausaha, saya merasa lebih bisa mendapatkan akses untuk pendapatan modal usaha dari investor/pemodal lainnya.</p>	
<p>Networks</p> <p>(Diadopsi dari Trequattrini, R., dkk (2012))</p>	<p><i>Company Networks</i> adalah sekelompok perusahaan dengan akses bebas terhadap relasi kooperatif modifikasi, di satu sisi, mekanisme administrasi dari bisnis dan sektor ekonomi; dan di sisi lain, mekanisme dalam pasar yang aktif.</p>	<p>1. Melalui komunitas wirausaha, saya lebih mendapatkan akses yang luas untuk supplier “bahan baku” bagi produk bisnis saya.</p> <p>2. Melalui komunitas wirausaha, saya lebih mendapatkan akses pemasaran bagi produk bisnis saya.</p> <p>3. Melalui komunitas</p>	<p>Skala likert 4 point</p>

		wirausaha, saya lebih mendapatkan akses distribusi produk bagi bisnis saya.	
Intensity of Competition  (Diadopsi dari Wheelen and Hunger (2005))	Intensitas persaingan mengacu pada sejauh mana perusahaan menghadapi persaingan dalam industrinya sebagaimana ditentukan dalam kekuatan persaingan industri Michael Porter.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Melalui komunitas wirausaha, bisnis saya lebih dapat bersaing terutama dengan bisnis kompetitor yang besar dan ternama.</li> <li>2. Melalui komunitas wirausaha, saya lebih bisa menciptakan <i>unique selling point</i> bagi bisnis saya untuk unggul di persaingan dengan kompetitor setara.</li> </ol>	Skala likert 4 point
External Orientation  (Diadopsi dari Smallbone, dkk)	Kegiatan dalam membuat pangsa pasar tambahan dengan melakukan internasionalisasi	1. Melalui komunitas wirausaha, saya mendapatkan <i>business network</i>	Skala likert 4 point

<p>(1995); Westhead, dkk 2001))</p>	<p>terhadap bisnis (ekspor).</p>	<p>yang lebih luas, untuk mengekspor produk bisnis saya.</p> <p>2. Melalui komunitas wirausaha, saya lebih bisa melakukan strategi ekspansi pada bisnis saya dengan bantuan dari anggota komunitas wirausaha yang lain.</p> <p>3. Melalui komunitas wirausaha, saya lebih bisa mendapatkan informasi mengenai pameran waralaba (ekspansi dalam negeri) ataupun ekspor (ekspansi</p>	
---	--------------------------------------	---	--

		<p>luar negeri) bagi bisnis saya melalui komunitas bisnis.</p>	
--	--	--	--

### 3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

#### 3.3.1 Populasi

Menurut Handayani (2020), populasi adalah keseluruhan dari setiap elemen yang diselidiki yang memiliki karakteristik yang sama dan dapat berupa individu dari suatu kelompok, peristiwa, atau sesuatu yang diselidiki. Sehingga populasi yang diteliti pada penelitian ini adalah seluruh anggota komunitas kewirausahaan yang berada di Indonesia, yang telah memiliki bisnis yang sedang berjalan.

#### 3.3.2 Sampel

Dikarenakan sampel pada penelitian ini adalah seluruh anggota komunitas wirausaha di Indonesia, keterbatasan waktu menghalangi peneliti untuk mengamati seluruh populasi, oleh karena itu perlu adanya sampel pada penelitian ini. Sugiyono (2017), mengatakan bahwa sampel merupakan sebagian dari populasi yang mewakili sumber data untuk survei. Sedangkan populasi adalah sebagian kecil dari jumlah karakteristik yang dimiliki populasi.

Terdapat beberapa ketentuan pada kriteria dan juga pada pemilihan sampel untuk mendapatkan data yang tepat. Teknik pengambilan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini meliputi non-probability sampling dengan metode purposive sampling. Pada penelitiannya, Sugiyono (2016) menyatakan bahwa Purposive sampling merupakan teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu. Dengan menggunakan teknik purposive sampling, peneliti memperoleh sampel yang dapat mewakili anggota komunitas wirausaha. Keuntungan dari teknik ini antara lain relatif mudah diterapkan dan sampel yang dipilih memenuhi tujuan penelitian yang

sedang berlangsung. Karena kelemahan memungkinkan bias, teknik ini tidak memungkinkan generalisasi hasil penelitian.

Pengumpulan sampel dilakukan terhadap responden yang merupakan anggota dari komunitas bisnis yang berada di Indonesia, khususnya di kota-kota besar di Indonesia. Pada penelitian ini, hanya akan menggunakan dua komunitas bisnis yang akan digunakan sebagai kriteria sampel antara lain komunitas Tangan Di Atas (TDA) dan Sahabat UMKM. Hal ini dikarenakan kedua komunitas wirausaha tersebut sudah terbukti melahirkan wirausaha mapan yang sudah dikenal di Indonesia, dan independen atau tidak berafiliasi, baik dengan politik pemerintah maupun ras agama apapun.

Namun dikarenakan terdapat keterbatasan untuk melakukan mobilitas dan bepergian ke luar rumah, maka penjangkauan kepada responden akan dilakukan dengan kuesioner yang disebarakan melalui sosial media seperti aplikasi Whatsapp dan Instagram. Menurut Hair, dkk (2011), jumlah minimum sampel survei adalah 10 kali jumlah maksimum indikator untuk variabel. Oleh karena itu, dalam penelitian ini variabel dengan indikator terbanyak adalah variabel *community trust* dengan 8 indikator. Oleh karena itu, ukuran sampel minimum untuk survei ini adalah 80 responden.

### **3.4 Metode Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini, data primer dan data sekunder akan digunakan sebagai sumber data penelitian. Sugiyono (2018) mengemukakan definisi data primer sebagai sumber data yang memberikan data secara langsung kepada pengumpul data, dan data yang dikumpulkan oleh peneliti sendiri langsung dari sumber aslinya atau tempat subjek penelitian itu dilakukan. Sedangkan Sugiyono (2018), menyatakan data sekunder sebagai sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, seperti melalui orang lain atau dokumen. Untuk penelitian ini, peneliti memperoleh data sekunder dari penelitian sebelumnya, jurnal, dan berbagai berita dan situs web dari sumber yang valid dan otoritatif di Internet. Data primer sendiri diperoleh dengan menyebarkan kuesioner melalui Google Forms yang dibagikan

kepada responden secara online. Jika responden yang mengisi kuesioner survei ini adalah anggota komunitas pengusaha Indonesia.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan skala Likert. Sugiyono (2016), mengungkapkan bahwa skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi individu atau kelompok terhadap fenomena sosial. Skala Likert memuat 5 tingkat respon persetujuan responden terhadap suatu pernyataan. Dalam pada penelitian ini, peneliti menggunakan skala Likert yang dimodifikasi, dengan menggunakan skala Likert 4 poin, sebagai berikut:

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

Modifikasi skala Likert dilakukan untuk menghilangkan kelemahan yang melekat pada skala Likert 5 poin di mana peneliti menghilangkan kategori respons menengah atau netral. Berdasarkan penelitian Hadi (1991), perubahan skala Likert ini terkait dengan alasan berikut:

1. Pemberian pilihan jawaban pada kategori tengah memberikan arti ganda atau *multi interpretable*.
2. Tersedianya kategori jawaban tengah, dapat menimbulkan kecenderungan jawaban tengah (netral) bagi responden yang ragu-ragu dalam memberikan jawaban.
3. Jika disediakan kategori tengah, akan menghilangkan banyak informasi dari para responden.

### **3.5 Lokasi Penelitian**

Penelitian ini akan dilakukan di Indonesia sebagai lokasi untuk pengumpulan data, tentunya dengan menyebarkan kuesioner secara online kepada para responden yang mayoritas berada di kota – kota besar di bagian Barat, Tengah, dan Timur Indonesia



### **3.6 Metode Analisis Data**

Metode deskriptif digunakan untuk menganalisis penelitian ini, serta menggunakan pendekatan formal SEM-PLS dan aplikasi SmartPLS 3.3.3.

#### **3.6.1 Analisis Deskriptif Berdasarkan Data Demografis dan Perilaku Anggota Komunitas Wirausaha**

Responden yang mengisi kuesioner disaring berdasarkan kriteria atau karakteristik untuk mendapatkan responden yang tergabung dalam komunitas wirausaha. Pada halaman pertama kuesioner, responden akan diberikan pertanyaan mengenai apakah mereka anggota komunitas wirausaha Indonesia. Responden yang memenuhi kriteria melanjutkan pertanyaan kuesioner pada halaman berikutnya. Ini termasuk data pribadi seperti jenis kelamin, kelompok umur, tempat tinggal, tingkat pendidikan, jenis pekerjaan dan tingkat pendapatan. Selain pertanyaan demografis, ada juga pertanyaan tentang perilaku pengguna. Misalnya, seberapa sering seorang responden menghadiri acara komunitas, seberapa sering seorang responden berbagi dengan anggota lain, apakah anggota menggunakan komunitas sebagai pengambil keputusan, dan sebagainya.

#### **3.6.2 Analisis Deskriptif Berdasarkan Faktor yang Mempengaruhi Anggota Komunitas Wirausaha memiliki Komitmen Komunitas**

Setelah menyelesaikan pertanyaan demografi kuesioner, responden melanjutkan pengisian kuesioner halaman ketiga mengenai pandangan anggota komunitas wirausaha terhadap faktor yang membuat mereka memiliki komitmen terhadap komunitas wirausaha mereka. Faktor terhadap komitmen komunitas ini akan dikelompokkan menjadi tiga bagian yaitu dilihat dari segi *community affect*, *community trust*, dan *community social identification*.

### **3.6.3 Analisis Deskriptif Berdasarkan Indikator Peningkatan Performa Bisnis Para Anggota Komunitas Wirausaha yang Dipengaruhi Oleh Komitmen Komunitas**

Bagian penelitian ini akan membahas mengenai bagaimana komitmen komunitas mempengaruhi peningkatan performa bisnis para anggota melalui berbagai aspek. Hasil penelitian ini dideskripsikan secara deskriptif dengan menggunakan hasil kuesioner terhadap variabel-variabel yang diteliti.

### **3.6.4 Structural Equation Modelling (SEM) dan Partial Least Square (PLS)**

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan Structural Equation Modeling (SEM). Menurut Prihandini (2011), Structural Equation Modeling adalah teknik analisis multivariat yang dapat digunakan untuk menggambarkan hubungan linier simultan antara variabel yang diamati (indikator) dan variabel yang dapat diukur secara langsung (variabel laten). Pendekatan Structural Equation Modeling (SEM) sendiri banyak digunakan di berbagai bidang, dan teknik SEM dapat digunakan untuk menganalisis hubungan antar variabel yang lebih kompleks.

Ghozali (2016) mengungkapkan definisi metode Partial Least Square (PLS) sebagai model persamaan struktural (PLS) berbasis varians yang menggambarkan variabel laten (tidak dapat diukur secara langsung) dan memungkinkan untuk diukur dengan indeks (variabel manifes). Dalam penelitiannya, Monecke (2012) menyatakan bahwa pendekatan Partial Least Squares (PLS) menawarkan alternatif untuk SEM ketika data tidak terdistribusi normal. PLS tidak memerlukan skala pengukuran atau ukuran sampel yang besar, sehingga juga digunakan untuk analisis skala data. Baik metode PLS dan SEM berbasis varians dan menggunakan statistik yang sama untuk menganalisis hubungan antara banyak variabel. Oleh karena itu, metode SEM-PLS digunakan dalam penelitian ini karena data dapat dianalisis tanpa jumlah sampel yang banyak.

### 3.6.5 Uji Validitas dan Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2014), instrumen penelitian adalah alat pengumpulan data untuk mengukur fenomena alam dan sosial yang diamati. Dengan artian lain, Yusup (2018) menyatakan bahwa “instrumen penelitian diperlukan untuk mengumpulkan data atau mengukur objek dari suatu variabel penelitian”. Instrumen penelitian yang valid, konsisten dan akurat yang menyediakan data penelitian diperlukan untuk membuat pernyataan yang realistis. Oleh karena itu uji validitas dan reliabilitas sangat penting. Sugiyono (2019), mengatakan bahwa “uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner, sedangkan uji reliabilitas merupakan sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama”. Suatu kuesioner dianggap valid jika pertanyaan-pertanyaan dalam survei tersebut dapat mengatakan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut.

Oleh karena itu, instrumen lebih reliabel jika telah dijalankan beberapa kali dan memberikan hasil yang relatif sama. Matondang (2009), mengatakan bahwa “setidaknya diperlukan dua kali pengujian untuk mengetahui konsistensi jawaban objek yang diukur”. Hendriyani (2017), mengungkapkan bahwa validitas dapat dibedakan menjadi beberapa jenis sebagai berikut:

1. Validitas isi merupakan validitas yang diperkirakan dengan menguji kelayakan atau relevansi isi tes melalui analisis yang rasional oleh panel yang kompeten atau penilaian ahli. Validitas isi memastikan bahwa pengukuran mengandung seperangkat elemen yang memadai dan representatif yang memperjelas konsep. Semakin reflektif item skala dari konsep keseluruhan yang diukur, konten akan semakin relevan.
2. Validitas konstruk berfokus pada sejauh mana tes tersebut mengukur konstruk atau properti teoritis. Penilaian ini mencakup 3 langkah umum, yaitu : pertama, konstruktor tes harus melakukan analisis penelitian konsep. Selanjutnya, pertimbangkan bagaimana karakteristik ini

berhubungan dengan variabel lain. Ketiga, perancang pengujian harus menguji apakah hubungan yang awalnya diasumsikan benar-benar ada.

3. Validitas kriteria adalah ukuran validitas yang ditentukan dengan membandingkan skor tes dengan kinerja tertentu pada skala eksternal. Pengukuran eksternal ini harus memiliki hubungan teoritis dengan variabel yang diukur dengan tes itu.

Nilai faktor validitas berkisar dari +1,00 hingga -1,00. Jika faktor validitas adalah 0 atau = -1,00, maka tidak ada hubungan antara mean dan kriteria. Yusup (2018), mengatakan bahwa “semakin tinggi koefisien validitas suatu instrumen, semakin baik instrumennya”.

### 3.6.6 Uji T

Ghozali (2018), menyatakan bahwa “uji statistik t dilakukan untuk dapat mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen”.

### 3.6.7 Uji $R^2$

Widarjono (2018), mengungkapkan definisi R-Squared sebagai pengujian yang menggambarkan proporsi variabel dependen yang dijelaskan oleh variabel independen. Nilai koefisien R-Squared itu sendiri berkisar di antara angka 0 hingga 1. Hair, dkk (2014) mengatakan bahwa “nilai R-squared sebesar 0,75 menunjukkan bahwa variabel independen memiliki pengaruh kuat, 0,50 memiliki pengaruh sedang, dan 0,25 memiliki pengaruh lemah”.