

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Desain Penelitian**

Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif korelasional yaitu penelitian mengenai hubungan antara dua variabel atau lebih ( Hartono, 2008). Penelitian ini untuk mengetahui hubungan antara *sensation seeking* dengan intensi berwirausaha pada mahasiswa UIN SUSKA Riau.

#### **B. Identifikasi Variabel Penelitian**

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

Variabel bebas (X) : *Sensation Seeking*

Variabel terikat (Y) : Intensi Berwirausaha

#### **C. Definisi Operasional**

*Sensation Seeking* adalah sebuah trait (sifat) yang ditentukan oleh kebutuhan mencari sensasi dan pengalaman yang bervariasi, baru dan tidak biasa, kompleks, keinginan untuk mengambil risiko fisik dan sosial, hanya untuk mendapatkan sebuah pengalaman.

Alat ukur *sensation seeking* menggunakan teori dari Marvin Zuckerman (1979), dengan menggunakan dimensi-dimensi *sensation seeking* yang mana terdapat empat dimensi yaitu: 1) *Thrill and Adventure Seeking* (TAS), merefleksikan

kebutuhan individu untuk melakukan tindakan berisiko dan penuh pertualangan yang menawarkan sensasi untuk tiap individu. 2) *Ekspiration Seeking* (ES) mengekspresikan pencarian individu terhadap pengalaman baru (*novel experience*). 3) *Disinhibition* (DIS) yaitu sesuatu yang dilakukan karena adanya dorongan untuk mencari sensasi, perilaku ini bebas dari ikatan sosial. 4) *Boredom Susceptibility* (BS) merupakan penolakan pada hal-hal yang bersifat rutin, berulang, mudah ditebak atau penolakan terhadap orang-orang yang dianggap membosankan.

Intensi berwirausaha merupakan suatu keinginan atau niat untuk berwirausaha, berdasarkan pada kemampuan untuk menciptakan hal-hal baru (kreatif dan inovatif), mampu melihat peluang yang ada, berjiwa berani dan mampu mengambil risiko. Ada tiga faktor dari intensi yaitu: 1) Sikap subjek terhadap perilaku berwirausaha (*attitude toward behavior*) Mengarah pada keyakinan individu bahwa menampilkan atau tidak menampilkan perilaku tertentu akan menghasilkan akibat-akibat atau hasil-hasil tertentu, dan merupakan aspek-aspek pengetahuan individu tentang obyek sikap dapat pula berupa opini individu hal yang belum tentu sesuai dengan kenyataan, 2) Norma subjektif (*subjectif norms*) Keyakinan individu akan norma, orang sekitarnya dan motivasi individu untuk mengikuti norma tersebut, dan 3) Persepsi individu mengenai adanya kontrol terhadap perilaku berwirausaha (*perceived behavioral control*) mengenai kemampuan mengendalikan segala sesuatu yang mempengaruhi apabila hendak melakukan perilaku tersebut . Alat ukur intensi berwirausaha disusun sendiri oleh peneliti dengan menggunakan teori *Theory of Planned Behavior* Icak Ajzen (2005).

## **D. Populasi dan Sampel Penelitian**

### **1. Populasi**

Populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah Mahasiswa UIN SUSKA Riau. Adapun pengambilan populasi dalam penelitian ini berdasarkan kriteria-kriteria sebagai berikut: Mahasiswa yang berada pada semester 8 s/d 14 di UIN SUSKA Riau dan masih aktif kuliah. Berdasarkan kriteria tersebut maka diperoleh 1794 Mahasiswa (Kabag Akademik UIN SUSKA RIAU Tahun 2013).

Menurut Pendapat Santrock (1997), Mahasiswa pada beberapa tahun pertama di Universitas, sebagian dari mereka tidak dapat secara akurat merencanakan jalur karir mereka di masa dewasa. Mahasiswa Universitas akan membuat keputusan karir yang akan segera mereka lakukan setelah, dan seiring juga sebelum wisuda.

### **2. Sampel**

Sampel adalah sebagian dari populasi yang memiliki ciri-ciri dari populasi. Suatu sampel merupakan representatif yang baik bagi populasinya sangat tergantung pada sejauh mana karakteristik sampel itu sama dengan karakteristik populasinya (Azwar, 2004). Agar diperoleh hasil penelitian yang baik, diperlukan sampel yang baik pula, yakni betul-betul mencerminkan populasi. Jika subjek penelitian kurang dari 100, maka lebih baik diambil semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Selanjutnya, jika jumlah subjeknya besar dapat diambil antara 10 - 15% atau 20 - 25% atau lebih (Arikunto, 2002).

Berdasarkan pendapat tersebut maka peneliti mengambil sampel sebanyak 10% dari populasi. Dengan demikian, maka jumlah sampel penelitian ini adalah 181 orang.

### E. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik sampling yang digunakan adalah Insidental sampling, merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan atau incidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang tersebut cocok dengan sumber data (Sugiono, 2010).

**Tabel 3.1**  
**Sampel Penelitian Mahasiswa UIN SUSKA Riau**

No	Fakultas	Populasi	Sampel
1.	Tarbiyah dan Keguruan	468	$467/100 \times 10 = 47$
2.	Syariah dan Ilmu Hukum	326	$326/100 \times 10 = 33$
3.	Dakwah dan Komunikasi	71	$71/100 \times 10 = 7$
4.	Ekonomi dan Ilmu Sosial	330	$330/100 \times 10 = 33$
5.	Ushuluddin	39	$39/100 \times 10 = 4$
6.	Psikologi	189	$189/100 \times 10 = 19$
7.	Pertanian dan peternakan	212	$212/100 \times 10 = 22$
8.	Sains dan Teknologi	159	$159/100 \times 10 = 16$
<b>Total</b>			<b>181</b>

(Sumber: Kabag Akademik UIN SUSKA Riau Tahun 2013)

## F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan skala, adapun skala yang digunakan adalah skala *sensation seeking* dan skala intensi berwirausaha.

### 1. Alat ukur

#### a. Skala intensi berwirausaha

Skala intensi berwirausaha disusun berdasarkan teori *Planned of Behavior* dari Icak Ajzen (dalam Azwar, 2011), dengan jumlah aitemnya sebanyak 35, yang terdiri dari 18 aitem *Favorable* dan 17 aitem *Unfavorable*.

**Tabel 3.2**

***Blue print* skala intensi berwirausaha  
( Sebelum Try Out)**

Aspek	Favourabel	Unfavourabel	Jumlah
Sikap subyek terhadap perilaku berwirausaha	1,2,3,7,10	4,5,6,8,9,12,11	12
Norma subjektif	13,14,15,16,18,19	17,20,21,22,23	11
Control terhadap perilaku berwirausaha	25,26,27,28,29,32	24,30,31,33,34,35	12
<b>Jumlah</b>	<b>18</b>	<b>17</b>	<b>35</b>

Pemberian skor terhadap jawaban subjek dilakukan dengan mempertimbangkan jenis aitem, apakah aitem *favorable* atau *unfavorable*. Sistem penilaian itu didasarkan pada 4 alternatif jawaban, untuk aitem *favorable* diberi skor 4 pada pilihan sangat setuju, skor 3 pada pilihan setuju, skor 2 pada pilihan tidak

setuju dan skor 1 pada pilihan sangat tidak setuju. Untuk *unfavorable* diberi skor 1 untuk pilihan sangat setuju, skor 2 untuk pilihan setuju, skor 3 untuk pilihan tidak setuju dan skor 4 untuk pilihan sangat tidak setuju.

**b. Skala *sensation seeking***

Skala *sensation seeking* disusun berdasarkan teori dari Marvin Zuckerman (dalam Carretero-Dios dan Salinas, 2008), dengan jumlah aitemnya sebanyak 42, yang terdiri dari 21 aitem *Favorable* dan 21 aitem *Unfavorable*.

**Tabel 3.3**  
***Blue print Skala Sensation seeking***  
**(Sebelum *Try out*)**

<b>Aspek</b>	<b>Favourabel</b>	<b>Unfavourabel</b>	<b>Jumlah</b>
Pencarian gairah dan pertualangan	1,3,6,7,10	2,4,5,8,9	10
Pencarian pengalaman baru	11,12,18,19	13,14,15,16,17,20	10
Perilaku tanpa ikatan	21,22,23,26,27,31	24,25,28,29,31	11
Mudah merasa bosan	32,33,34,35,39,40	36,37,38,41,42	11
<b>Jumlah</b>	<b>21</b>	<b>21</b>	<b>42</b>

Pemberian skor terhadap jawaban subjek dilakukan dengan mempertimbangkan jenis aitem, apakah aitem *favorable* atau *unfavorable*. Sistem penilaian itu didasarkan pada 4 alternatif jawaban, untuk aitem *favorable* diberi skor

4 pada pilihan sangat setuju, skor 3 pada pilihan setuju, skor 2 pada pilihan tidak setuju dan skor 1 pada pilihan sangat tidak setuju. Untuk *unfavorable* diberi skor 1 untuk pilihan sangat setuju, skor 2 untuk pilihan setuju, skor 3 untuk pilihan tidak setuju dan skor 4 untuk pilihan sangat tidak setuju.

## G. Teknik Pengolahan Data

### 1. Uji Coba Alat Ukur

Sebelum penelitian dilaksanakan, alat ukur yang digunakan diuji cobakan terlebih dahulu agar dapat mengetahui tingkat validitas dan reliabilitas alat ukur yang digunakan sehingga diperoleh aitem-aitem yang layak digunakan sebagai alat ukur. Alat ukur yang diuji cobakan adalah skala *sensation seeking* dan intensi berwirausaha. Uji coba ini dilakukan kepada sejumlah subjek yang memiliki karakteristik yang sama dengan karakteristik penelitian.

Uji coba ini dilakukan pada mahasiswa UIN SUSKA Riau yang berjumlah 200 orang berada disemester 8 s/d 14, yang terdiri dari Fakultas Psikologi, Fakultas Sains dan Teknologi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Fakultas Pertanian dan Peternakan, Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum dan Fakultas Usuhludin, yang dilaksanakan pada tanggal 9-29 Maret 2014.

## 2. Uji Validitas

Validitas dapat diartikan sejauhmana ketepatan dan kecermatan suatu alat dalam melakukan kualitas fungsi ukurnya. Validitas yang digunakan peneliti adalah validitas isi, yaitu validitas yang menunjukkan sejauhmana aitem-aitem dalam skala mencakup keseluruhan kawasan isi objek yang hendak diukur oleh skala itu (Azwar, 2010). Dalam penelitian ini, validitas dilakukan dengan dua cara, yaitu secara kualitatif dan kuantitatif. Untuk kualitatif dilakukan dengan meminta pendapat dari dosen pembimbing dan narasumber / *professional judgment*, sedangkan untuk kuantitatif dilakukan melalui *try out* kepada subjek yang memiliki karakteristik sama dengan penelitian.

## 3. Uji Daya Beda

Dalam seleksi aitem skala psikologi yang mengukur atribut Intensi Berwirausaha dan *Sensation Seeking*, parameter yang paling penting adalah daya beda atau daya diskriminasi aitem. Daya diskriminasi aitem adalah sejauhmana aitem mampu membedakan antara individu atau kelompok yang memiliki dan tidak memiliki atribut yang diukur. Indeks daya diskriminasi aitem merupakan pula indikator keselarasan atau konsistensi antara fungsi aitem dengan fungsi skala secara keseluruhan yang dikenal dengan istilah konsistensi aitem total (Azwar, 2010).

Untuk melihat adanya beda atau daya diskriminasi aitem, peneliti melakukan *try out* kepada Mahasiswa UIN Suska di Fakultas Psikologi, Fakultas Sains dan Teknologi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Fakultas Pertanian dan Peternakan,

Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum dan Fakultas Usuhludin dengan jumlah sampel 200 orang. Hasil dari *try out* tersebut dianalisis dengan program SPSS 16.0. Hasil *try out* tersebut akan dilihat indeks daya diskriminasi aitemnya. Setiap aitem pada ke dua skala dalam penelitian ini diberi skor pada level interval, semakin tinggi konsistensi antara aitem tersebut dengan skala secara keseluruhan yang berarti semakin tinggi daya bedanya (Azwar, 2010).

Hasil *try out* tersebut akan dilihat indeks daya diskriminasi aitemnya. Setiap aitem pada kedua skala dalam penelitian ini diberi skor pada level interval, semakin tinggi konsistensi antara aitem tersebut dengan skala secara keseluruhan yang berarti semakin tinggi daya bedanya (Azwar, 2010).

Apabila aitem yang memiliki indeks daya diskriminasi sama dengan atau lebih besar daripada 0,30 jumlahnya melebihi jumlah aitem yang direncanakan untuk dijadikan skala. Maka dapat dipilih aitem-aitem yang memiliki indeks daya diskriminasi tertinggi. Sebaliknya apabila jumlah aitem yang lolos ternyata masih tidak mencukupi jumlah yang diinginkan, maka dapat mempertimbangkan untuk menurunkan sedikit batas kriteria 0,30 menjadi 0,25 (Azwar,2010). Jadi dalam penelitian ini, peneliti menggunakan indeks  $r \geq 0,25$  agar aitem yang digunakan nantinya dalam penelitian memiliki daya beda aitem yang dianggap memuaskan.

Hasil *try out* 42 aitem *Sensation Seeking* (X) yang telah diuji terdapat 9 aitem yang gugur dan 33 aitem yang sah (valid), dengan koefisien korelasi aitem total di atas 0,25 yaitu berkisar antara 0,266 – 0,640. Berikut ini menunjukkan *blueprint* skala

*Sensation seeking* (X) dengan aitem yang valid dan gugur setelah dilakukan uji coba (*try out*), dapat dilihat pada tabel 3.4 berikut :

**Tabel 3.4**  
***Blue Print Sensation Seeking (Setelah Try Out)***

Aspek	Favourabel Valid	Gugur	Unfavourabel Valid	Gugur	Jumlah
Pencarian gairah dan pertualangan	3,6,7,10	1	2,4,5,8,9	-	10
Pencarian pengalaman baru	11,12,18,19	-	13,14,15,16,17,20	-	10
Perilaku tanpa ikatan	22,22,23,26,27,	21,31	-	24,25,28,29,31	11
Mudah merasa bosan	32,33,34,35,40	39	36,37,38,41,42	-	11
<b>Jumlah</b>	<b>17</b>	<b>4</b>	<b>16</b>	<b>5</b>	<b>42</b>

Berikut ini menunjukkan *blue print* skala Intensi Berwirausaha (Y) dengan aitem yang valid dan gugur setelah dilakukan uji coba, dapat dilihat pada tabel 3.5

**Tabel 3.5**  
***Blue Print skala Intensi Berwirausaha (Setelah Try Out)***

Aspek	Favourabel Valid	Gugur	Unfavourabel Valid	Gugur	Jumlah
Sikap subyek terhadap perilaku berwirausaha	2,3,7,10	1	4,5,6,8,9,11	12	12
Norma subjektif	13,14,15,16,18,19	-	20,21,22,23	17	11
Control terhadap perilaku berwirausaha	25,26,27,32	28,29	24,30,31,33,34,35	-	12
<b>Jumlah</b>	<b>15</b>	<b>3</b>	<b>15</b>	<b>2</b>	<b>35</b>

Pada variabel Intensi Berwirausaha (Y) hasil analisis terhadap 35 aitem skala yang diuji coba terdapat 5 aitem yang gugur dan 30 aitem yang sah (valid). Dengan koefisien korelasi aitem total di atas 0,25, yaitu berkisar antara 0,268 – 0,657.

**Tabel 3.6**  
**Blue Print skala Intensi Berwirausaha**  
**(Untuk Penelitian)**

Aspek	Favourabel	Unfavourabel	Jumlah
Sikap subyek terhadap perilaku berwirausaha	1,2,6,9	3,4,5,7,8,10	10
Norma subjektif	11,12,13,14,15,16	17,18,19,20	10
Control terhadap perilaku berwirausaha	22,23,24,27	21,25,26,28,29,30	10
<b>Jumlah</b>	<b>14</b>	<b>16</b>	<b>30</b>

Pada variabel intensi berwirausaha total aitem yang digunakan untuk penelitian sebanyak 30 aitem setelah melakukan *try out*.

**Tabel 3.7**  
**Blue Print Sensation Seeking**  
**(Untuk Penelitian)**

Aspek	Favourabel	Unfavourabel	Jumlah
Pencarian gairah dan pertualangan	2,5,6,9	1,3,4,7,8	9
Pencarian pengalaman baru	10,11,17,18	12,13,14,15,16,19	10
Perilaku tanpa ikatan	20,21,22,23	-	4
Mudah merasa bosan	24,25,26,27,31	28,29,30,32,33	10
<b>Jumlah</b>	<b>17</b>	<b>16</b>	<b>33</b>

Pada variabel *sensation seeking* total aitem yang digunakan untuk penelitian sebanyak 33 aitem setelah melakukan *try out*.

#### 4.Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan suatu teknik yang digunakan untuk melihat seberapa jauh skala dapat memberikan hasil yang ajeg (konstan) dalam suatu pengukuran. Reliabilitas mengacu pada konsistensi atau keterpercayaan hasil pengukuran suatu alat ukur. Reliabilitas dinyatakan dalam koefisien reliabilitas, yang angkanya berada dalam rentang dari 0,00 sampai 1,00. Koefisien reliabilitas yang mendekati angka 1,00 menunjukkan reliabilitas alat ukur yang semakin tinggi. Sebaliknya alat ukur yang rendah reliabilitasnya ditandai dengan koefisien reliabilitas yang mendekati angka 0,00 (Azwar, 2010).

Perhitungan reliabilitas dihitung dengan menggunakan program komputer *Statistical Product and Service Solution (SPSS) 17.0 for windows*. Dari perhitungan dengan menggunakan program *SPSS 17.0 for windows* diketahui reliabilitas *Sensation Seeking (X)* dari 33 aitem yang valid dan reliabilitas Intensi Berwirausaha (Y) dari 30 aitem yang valid, yakni pada tabel 3.8 berikut :

**Tabel 3.8**  
**Hasil Uji Reliabilitas Alat Ukur**

Skala	Koefisian Reliabilitas
Sensation Seeking	0,884
Intensi Berwirausaha	0,877

#### H. Teknik Analisis Data

Dalam menganalisa data penelitian ini, digunakan teknik analisa korelasi *product moment*, yaitu teknik statistik parametrik untuk mencari korelasi dua

variabel. Teknik analisis statistik parametrik yang digunakan untuk uji Analisis data dilakukan dengan bantuan perangkat lunak *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) *for Windows versi 17.0*. Adapun rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N \cdot \sum XY - \sum X \cdot \sum Y}{\sqrt{(N \sum X^2 - \sum X^2)(N \sum Y^2 - \sum Y^2)}}$$

Keterangan :

- $r_{xy}$  = Koefisien korelasi *product moment*
- $N$  = Jumlah subyek penelitian
- $X$  = Skor total variabel *sensation seeking*
- $Y$  = Skor total variabel intensi berwirausaha
- $X^2$  = Jumlah kuadrat skor variabel *sensation seeking*
- $Y^2$  = Jumlah kuadrat skor variabel intensi berwirausaha
- $XY$  = Jumlah hasil perkalian skor total kedua variabel

