

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan survei yang merupakan metode penelitian kuantitatif untuk mengumpulkan informasi dari responden melalui instrumen terstruktur. Creswell & Creswell (2023) mendefinisikan penelitian survei sebagai "prosedur penelitian kuantitatif yang melibatkan pengumpulan data dari sampel atau populasi tertentu melalui kuesioner atau wawancara terstruktur untuk mengidentifikasi karakteristik, pendapat, atau perilaku populasi tersebut."

Pendekatan survei dipilih karena kemampuannya dalam "mengumpulkan data dari sejumlah besar responden secara sistematis dan terstandarisasi untuk mengukur variabel-variabel penelitian yang telah ditentukan" (Hair et al., 2022). Dalam konteks penelitian ini, metode survei memungkinkan pengumpulan data tentang efikasi diri, kreativitas, motivasi berwirausaha, dan minat berwirausaha dari populasi mahasiswa dengan cara yang efisien dan terukur.

Sekaran & Bougie (2020) menjelaskan bahwa penelitian survei memiliki keunggulan dalam "memperoleh informasi yang dapat digeneralisasi dari populasi yang lebih besar melalui sampling yang representatif, serta memberikan struktur yang jelas untuk menganalisis hubungan antar variabel." Lebih lanjut, Kumar (2019) menekankan bahwa penelitian survei "memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan data faktual tentang fenomena yang sedang diteliti tanpa melakukan manipulasi terhadap variabel-variabel penelitian."

Instrumen utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner terstruktur yang dirancang untuk "mengukur persepsi dan sikap responden terhadap variabel-variabel penelitian secara konsisten dan objektif" (Bryman & Bell, 2021). Penggunaan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data memungkinkan "standardisasi pertanyaan yang diajukan kepada setiap responden, sehingga mengurangi bias dalam pengumpulan data dan meningkatkan reliabilitas hasil penelitian" (Neuman, 2020).

Karakteristik penelitian survei dalam studi ini sejalan dengan pandangan Fowler (2021) yang menyatakan bahwa "penelitian survei bertujuan untuk mendeskripsikan karakteristik populasi melalui pengumpulan data dari sampel yang representatif, serta menganalisis hubungan antar variabel untuk menguji hipotesis penelitian." Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk "memperoleh gambaran yang komprehensif tentang fenomena minat berwirausaha mahasiswa dan faktor-faktor yang mempengaruhinya dalam konteks yang natural" (Bhattacharjee, 2021).

3.2 Jenis dan Sumber Data

3.2.1 Jenis Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan penelitian kuantitatif, karena data yang diperoleh nantinya berupa angka yang diperoleh dari hasil sebaran kuesioner yang dilakukan. Dari angka yang di peroleh akan dianalisis lebih lanjut dalam analisis data.

3.2.2 Sumber Data

Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai data. Berdasarkan sumbernya, data dibedakan menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder.

a) Data Primer

Data primer didapatkan langsung dari sampel penelitian yaitu Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Jambi semester V yang telah menyelesaikan mata kuliah kewirausahaan. Data primer yang diambil dalam penelitian ini meliputi variabel yang diteliti yaitu efikasi diri, edukasi berwirausaha, minat berwirausaha dan motivasi berwirausaha.

b) Data Sekunder

Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah literatur, jurnal, serta situs di internet yang berkenaan dengan penelitian yang dilakukan.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Creswell & Creswell (2023) mendefinisikan populasi sebagai "keseluruhan individu, kelompok, atau objek yang memiliki karakteristik tertentu yang menjadi fokus penelitian dan dari mana sampel akan diambil untuk digeneralisasi." Dalam konteks penelitian kuantitatif, Hair et al. (2022) memperjelas bahwa populasi merupakan "kumpulan lengkap dari elemen-elemen yang memiliki karakteristik umum yang menjadi unit analisis dalam penelitian."

Sekaran & Bougie (2020) menjelaskan bahwa penetapan populasi harus dilakukan dengan "mengidentifikasi karakteristik spesifik yang relevan dengan tujuan penelitian dan memastikan bahwa semua anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai responden." Kumar (2019) menambahkan bahwa "populasi penelitian harus didefinisikan secara jelas dan spesifik untuk memungkinkan generalisasi hasil penelitian yang valid dan reliabel."

Populasi dalam penelitian ini adalah **seluruh mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi sebanyak 459 Mahasiswa Aktif (BAAK FKIP, 2025)**. Pemilihan populasi ini didasarkan pada pertimbangan bahwa mahasiswa Pendidikan Ekonomi memiliki "karakteristik yang relevan dengan variabel penelitian, yaitu telah mendapatkan pendidikan kewirausahaan dan memiliki potensi untuk mengembangkan minat berwirausaha" (Neuman, 2020).

Bryman & Bell (2021) menekankan pentingnya "kesesuaian antara karakteristik populasi dengan tujuan penelitian untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan dapat menjawab pertanyaan penelitian secara komprehensif." Dalam konteks ini, mahasiswa Pendidikan Ekonomi dipilih karena mereka "memiliki *exposure* terhadap konsep-konsep ekonomi dan bisnis yang relevan dengan pengembangan minat berwirausaha" (Fowler, 2021).

Bhattacharjee (2021) menjelaskan bahwa "penetapan populasi yang homogen dalam hal latar belakang pendidikan dan pengalaman akademis dapat mengurangi variabilitas yang tidak diinginkan dan meningkatkan validitas internal penelitian." Oleh karena itu, fokus pada satu program studi memungkinkan penelitian ini untuk

"mengontrol faktor-faktor *confounding* yang mungkin mempengaruhi hubungan antar variabel yang diteliti" (Pallant, 2020).

3.3.2 Sampel

Sekaran & Bougie (2020) mendefinisikan sampel sebagai "subset dari populasi yang dipilih untuk penelitian, yang memiliki karakteristik representatif dari populasi yang lebih besar dan memungkinkan generalisasi hasil penelitian." Hair et al. (2022) memperjelas bahwa "sampel yang baik harus dapat mewakili karakteristik populasi secara proporsional sehingga hasil analisis dapat digeneralisasi dengan tingkat kepercayaan yang tinggi."

Sampel dalam penelitian ini adalah **Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Jambi angkatan 2022/2023 yang memenuhi kriteria tertentu**. Dari total populasi sebanyak 459 mahasiswa, peneliti mengambil sampel sebanyak 110 mahasiswa dari satu angkatan yang dipilih secara *purposive sampling* karena angkatan tersebut telah melalui pengalaman belajar yang relevan dengan fokus penelitian. Presentase sampel di ambil dari rumus berikut :

$$\frac{110}{459} \times 100\% = 23,9 \% \approx 24 \%$$

Jumlah tersebut mewakili sekitar 24% dari total populasi, dan dianggap cukup untuk memperoleh data yang mendalam sesuai dengan pendekatan non-probabilistik (Kumar, 2019), (Creswell & Creswell, 2023).

Teknik Pengambilan Sampel

Penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*. Kumar (2019) menjelaskan bahwa *purposive sampling* adalah "teknik pengambilan sampel yang memilih responden berdasarkan kriteria atau karakteristik tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian." Bryman & Bell (2021) menambahkan bahwa teknik ini "memungkinkan peneliti untuk memilih responden yang memiliki pengetahuan atau pengalaman khusus yang sesuai dengan fokus penelitian."

Neuman (2020) menekankan bahwa *purposive sampling* efektif digunakan ketika "peneliti membutuhkan responden dengan karakteristik spesifik yang dapat memberikan informasi yang kaya dan relevan untuk menjawab pertanyaan penelitian." Dalam konteks penelitian ini, kriteria yang ditetapkan meliputi: (1) mahasiswa aktif Program Studi Pendidikan Ekonomi angkatan 2022/2023, (2) telah mengambil mata kuliah kewirausahaan, dan (3) bersedia berpartisipasi dalam penelitian.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan Kuesioner. Menurut Sugiyono (2019), Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner digunakan untuk mengetahui pendapat responden. Dalam hal ini responden hanya menjawab dengan cara memberi tanda tertentu pada alternatif jawaban yang disediakan. Kuesioner diberikan kepada responden secara langsung atau melalui email karena luasnya

lingkup penelitian.

Kuesioner memiliki fungsi serupa dengan wawancara, hanya berbeda dalam implementasinya. Jika wawancara disampaikan oleh peneliti kepada responden secara lisan, maka implementasi Kuesioner adalah responden mengisi Kuesioner yang disusun oleh peneliti. Hasil data Kuesioner ini tidak berupa Kuesioner, namun berupa deskripsi. Tidak ada teknik pengumpulan data yang lebih efisien dibandingkan Kuesioner. Adapun kelebihan dan kekurangan teknik Kuesioner adalah sebagai berikut:

a. Kelebihan teknik Kuesioner

Teknik ini mempunyai beberapa kelebihan dibandingkan dengan teknik pengumpulan data lainnya, yaitu sebagai berikut:

- Daftar pertanyaan untuk sumber data bisa dalam jumlah banyak dan tersebar.
- Responden tidak merasa terganggu karena dapat mengisi daftar pertanyaan tersebut dengan memilih waktu sendiri kapanpun responden memiliki waktu luang.
- Daftar pertanyaan secara relatif lebih efisien untuk sumber data yang banyak.
- Karena daftar pertanyaan biasanya tidak mencantumkan identitas responden maka hasilnya dapat lebih objektif.

b. Kelemahan teknik Kuesioner

Disamping mempunyai beberapa kelebihan, teknik ini juga memiliki beberapa kelemahan, yaitu sebagai berikut :

- Tidak ada jaminan bahwa daftar pertanyaan itu akan dijawab dengan sepuh hati.
- Daftar pertanyaan cenderung tidak fleksibel. Pertanyaan yang harus dijawab

terbatas karena responden cukup menjawab pertanyaan yang dicantumkan di dalam daftar sehingga pertanyaan tersebut tidak dapat dikembangkan lagi sesuai dengan situasi.

- Pengumpulan data tidak dapat dilakukan secara bersama-sama dan daftar pertanyaan yang lengkap sulit untuk dibuat.

3.5 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019). Berkaitan dengan penelitian ini, variabel penelitian yang terdiri dari variabel dependen dan variabel independen diuraikan sebagai berikut:

1. Variabel *dependent* atau variabel terikat adalah variabel yang menjadi pusat perhatian peneliti karena variabel ini yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat dari adanya variabel independen atau variabel bebas. Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah minat berwirausaha yang dilambangkan dengan Y.
2. Variabel Mediasi atau variabel penghubung adalah variabel yang mempengaruhi fenomena yang diobservasi (variabel dependen). Variabel mediasi sering juga disebut dengan variabel intervensi (*intervening variable*), karena memediasi atau mengintervensi hubungan kausal variabel independen terhadap variabel dependen. Variabel mediasi dalam penelitian ini adalah motivasi berwirausaha dilambangkan dengan Z.
3. Variabel *independent* atau variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen, baik yang pengaruhnya positif maupun

yang pengaruhnya negatif. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah efikasi diri yang dilambangkan dengan X1 dan Kreativitas yang dilambangkan dengan X2.

Definisi Operasional merupakan penentuan konstruk atau sifat yang akan dipelajari sehingga menjadi variabel yang dapat diukur (Sugiyono, 2019). Dalam penelitian ini, dari setiap variabel yang ada akan diberikan penjelasan, selanjutnya menentukan indikator yang akan diukur, hingga menjadi item pernyataan, seperti terlihat pada dibawah ini.

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel

No	Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Skala Pengukuran
1	Efikasi diri (X1)	Efikasi diri sebagai kepercayaan terhadap diri sendiri dalam melakukan suatu tindakan guna menghadapi suatu situasi sehingga dapat memperoleh hasil seperti yang diharapkan. (Komarraju & Nadler, 2023) yang diharapkan. Komarraju, M., & Nadler, D. (2023)	1. Tingkatan (<i>Level</i>) 2. Kekuatan (<i>Strength</i>) 3. Generalisasi (<i>Generality</i>) <i>Komarraju, M., & Nadler, D. (2023)</i>	1. Tingkat kepercayaan dalam kemampuan tertentu 2. Seberapa kuat keyakinan dalam menghadapi tantangan 3. Keyakinan bahwa kemampuan tersebut dapat diterapkan di berbagai situasi	-Ordinal -Ordinal -Ordinal
2	Kreativitas (X2)	Kreativitas dalam konteks keilmuan dapat didefinisikan sebagai kapasitas individu atau kelompok dalam menghasilkan ide-ide yang bersifat orisinal, inovatif, dan bernilai guna dalam	1. <i>Fluency</i> (Kelancaran Berpikir) 2. <i>Flexibility</i> (Keluwesannya berpikir) 3. <i>Originality</i> (Keunikan) 4. <i>Elaboration</i> (Penguraian)	1. Jumlah ide yang dihasilkan 2. Kemampuan mengubah pendekatan atau sudut pandang 3. Kemampuan menghasilkan ide-ide yang unik 4. Kemampuan	-Ordinal -Ordinal -Ordinal -Ordinal

		berbagai domain. <i>Hughes, D. J., Lee, A., Tian, A. W., Newman, A., & Legood, A. (2019).</i>	<i>Hughes, D. J., Lee, A., Tian, A. W., Newman, A., & Legood, A. (2019)</i>	memperluas dan mengembangkan ide	
3	Motivasi berwirausaha (Z)	Motivasi berwirausaha merupakan keseluruhan daya penggerak didalam diri seorang <i>entrepreneur</i> yang menimbulkan kegiatan <i>entrepreneur</i> yang menjamin kelangsungan dari kegiatan <i>entrepreneur</i> dan yang memberi arah pada kegiatan <i>entrepreneur</i> tersebut sehingga tujuan yang dikehendaki dapat tercapai. <i>Venesaar, U., Malleus, E., Arro, G., & Toding, M. (2022)</i>	1. Mandiri 2. Realisasi diri 3. Faktor Pendorong <i>Venesaar, U., Malleus, E., Arro, G., & Toding, M. (2022)</i>	1. Keyakinan untuk berdiri sendiri 2. Dorongan untuk aktualisasi potensi diri 3. Faktor lingkungan atau internal yang mendorong berwirausaha	-Ordinal -Ordinal -Ordinal
4	Minat berwirausaha (Y)	Minat berwirausaha adalah keinginan, ketertarikan, serta kesediaan bekerja keras atau berkemauan keras untuk berusaha memenuhi kebutuhan hidupnya dan menciptakan usaha baru tanpa merasa takut dengan resiko yang akan terjadi serta senantiasa belajar dari kegagalan dalam	1. Perasaan senang 2. Ketertarikan 3. Perhatian 4. Keterlibatan <i>Pham, T. T. T., Cam, V. H. T., & Nguyen, D. (2024)</i>	1. Rasa bahagia terhadap aktivitas wirausaha 2. Ketertarikan untuk belajar dan mencoba usaha 3. Perhatian terhadap informasi kewirausahaan 4. Keterlibatan aktif dalam kegiatan usaha	-Ordinal -Ordinal -Ordinal -Ordinal

		berwirausaha. <i>Pham, T. T. T., Cam, V. H. T., & Nguyen, D. (2024).</i>			
--	--	---	--	--	--

Skala pengukuran instrumen adalah kesepakatan yang digunakan sebagai acuan pendekatan interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan akan menghasilkan data kuantitatif.

Dalam penelitian ini skala pengukuran yang digunakan adalah skala Likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Duli, 2019). Adapun *alternative* jawaban dan skor dalam skala likert yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 3.2 Alternatif Jawaban Kuesioner

Skor	Keterangan
5	Sangat Setuju
4	Setuju
3	Kurang Setuju
2	Tidak Setuju
1	Sangat Tidak Setuju

3.6 Uji Instrumen Data

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas instrumen dilakukan untuk menunjukan keabsahan dari

instrumen yang akan dipakai pada penelitian. Menurut Sinambela (2024) Valid berarti instrumen tersebut dapat untuk mengukur apa yang akan diukur suatu instrument yang valid mempunyai tingkat validitas yang tinggi, sebaliknya instrumen yang kurang valid mempunyai tingkat validitas yang rendah.

Pengertian validitas tersebut menunjukkan ketepatan dan kesesuaian alat ukur yang digunakan untuk mengukur variabel. Alat ukur dapat dikatakan valid jika benar-benar sesuai dan menjawab secara cermat tentang variabel yang akan diukur. Validitas juga menunjukkan sejauh mana ketepatan pernyataan dengan apa yang dinyatakan sesuai dengan koefisien validitas.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui ketetapan suatu instrumen (alat ukur) didalam mengukur gejala yang sama walaupun dalam waktu yang berbeda. Menurut Sugiyono (2019) reliabilitas instrumen yaitu suatu instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, maka akan menghasilkan data yang sama. Hasil pengukuran yang memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi akan mampu memberikan hasil yang terpercaya. Tinggi rendahnya reliabilitas instrumen ditunjukkan oleh suatu angka yang disebut koefisien reliabilitas. Jika suatu instrumen dipakai dua kali untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukurannya yang diperoleh konsisten, instrumen itu reliabel. Untuk menguji reliabilitas instrumen dalam penelitian ini, menggunakan koefisien reliabilitas *Alfa Cronbach*.

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Penelitian ini menggunakan metode *Cronbach's Alpha*. Suatu

instrumen memiliki reliabilitas yang baik jika koefisien *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,70. Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi 0,05 maka item pertanyaan dikatakan reliabel.
2. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi 0,05 maka item pertanyaan dikatakan tidak reliabel.

3.7 Teknik Analisis Data

Analisis data yang dilakukan terbatas pada teknik pengolahan datanya, seperti pengecekan data dan tabulasi, dalam hal ini sekedar membaca tabel, grafik atau angka yang tersedia, kemudian melakukan uraian pada penafsiran. Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan variabel-variabel penelitian yaitu faktor internal, faktor eksternal dan keputusan pembelian konsumen. Analisis deskriptif dilakukan untuk menyusun tabel frekuensi distribusi untuk mengetahui apakah tingkat perolehan nilai (skor) variabel yang diteliti masuk kedalam kategori sangat baik, baik, cukup baik, tidak baik, atau sangat tidak baik. Instrument penelitian ini menggunakan skala *likert*, skala *likert* digunakan melihat penilaian responden pada kuisioner tentang minat melalui sikap dan norma subjektif. Untuk menentukan skor masing-masing jawaban dalam kuisioner digunakan skala *likert*, penulisan analisis kuantitatif menggunakan pertanyaan dan skor sebagai berikut:

- 1) Skor 5 untuk jawaban yang sangat setuju (SS)
- 2) Skor 4 untuk jawaban setuju (S)
- 3) Skor 3 untuk jawaban netral (N)

4) Skor 2 untuk jawaban tidak setuju (TS)

5) Skor 1 untuk jawaban sangat tidak setuju (STS)

Untuk mengkategorikan tiap skor digunakan metode mengklasifikasikan berdasarkan posisi dari nilai didalam skala rentang. Selanjutnya dilakukan perhitungan skor rata – rata dengan rumus:

$$Xi = \frac{Fi}{n}$$

Dimana:

Xi = Rata-rata responden yang memilih kategori tertentu

Fi = Jumlah skor penilaian untuk indikator tertentu

n = Banyaknya responden

Menentukan rentang skor terendah dan tertinggi dengan cara mengalikan jumlah sampel dengan bobot terendah dan tertinggi, yaitu :

a. Rentang skor terendah = $n \times$ skor terendah atau $n \times 1$

b. Rentang skor tertinggi = $n \times$ skor tertinggi atau $n \times 5$

Membuat kriteria penilaian dengan cara menghitung rentang skala antara rentang skor terendah sampai tertinggi dengan rumus :

$$Rs = \frac{n(5 - 1)}{5}$$

3.8 Uji Hipotesis

3.8.1 Uji Parsial (Uji t)

Uji t dilakukan untuk melihat signifikansi dari pengaruh variabel independen secara individual terhadap variabel dependen dengan menganggap variabel independen lainnya adalah konstan. Uji statistik t dilakukan untuk dapat mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen pada variabel dependen (Ghozali, 2018). Dalam hal ini, apakah variabel citra merek, desain produk, dan harga benar-benar berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian. Penelitian ini dilakukan dengan melihat pada *Coefficients* yang membandingkan *Unstandardized Coefficients B* dan *Standard error of estimate* sehingga didapat hasil yang dinamakan t hitung. Sebagai dasar pengambilan keputusan dapat digunakan kriteria pengujian sebagai berikut:

- a. Apabila tingkat signifikansi $< \alpha$ (0,05), maka variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen.
- b. Apabila tingkat signifikansi $> \alpha$ (0,05), maka variabel independen secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

3.8.2 Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Dalam studi ini, analisis jalur digunakan untuk menganalisis data yang diperoleh, karena dari model yang disusun terdapat keterkaitan hubungan antara sejumlah variabel yang dapat diestimasi secara simultan. Selain itu, variabel dependen pada satu hubungan yang sudah ada akan menjadi variabel independen pada hubungan selanjutnya. Hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen dalam model regresi dapat dinyatakan dengan persamaan struktural sebagai berikut:

$$Y_{X1X2} = \rho_{YX1}X_1 + \rho_{YX2}X_2 + \epsilon_1$$

$$Z_{X1X2} = \rho_{ZX1}X_1 + \rho_{ZX2}X_2 + \epsilon_2$$

$$Y_Z = \rho_{ZY}Z + \epsilon_1$$

$$Y_{ZX1} = \rho_{ZX1}X_1 + \rho_{ZY}Z + \epsilon_1$$

$$Y_{ZX2} = \rho_{ZX2}X_2 + \rho_{ZY}Z + \epsilon_1$$

3.8.3 Uji Efek Mediasi (*Intervening*)

Uji mediasi sobel menurut Ghazali (2018) adalah uji yang dilakukan dengan menguji kekuatan pengaruh tidak langsung X ke Y melalui Z. Pengujian hipotesis mediasi dapat dilakukan dengan prosedur yang dikembangkan oleh Sobel (1982) dan dikenal dengan Uji Sobel (*Sobel Test*). Uji Sobel ini dilakukan dengan cara menguji kekuatan pengaruh tidak langsung variabel independen (X) kepada variabel dependen (Y) melalui variabel intervening (Z). Pengaruh tidak langsung X ke Y melalui Z dihitung dengan cara mengalikan jalur $X \rightarrow Z$ (a) dengan jalur $Z \rightarrow Y$ (b) atau ab . Jadi koefisien $ab = (c - c')$, di mana c adalah pengaruh X terhadap Y tanpa mengontrol Z, sedangkan c' adalah koefisien pengaruh X terhadap Y setelah mengontrol Z. Standar *error* koefisien a dan b ditulis dengan Sa dan Sb , besarnya standar *error* tidak langsung (*indirect effect*) Sab dihitung dengan rumus berikut ini:

$$Sab = \sqrt{b^2SEa^2 + a^2SEb^2 + SEa^2SEb^2}$$

Untuk menguji signifikansi pengaruh tidak langsung, maka kita perlu menghitung nilai t dari koefisien ab dengan rumus sebagai berikut:

$$t = \frac{ab}{Sab}$$

Nilai t_{hitung} ini dibandingkan dengan nilai t_{tabel} dan jika nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} maka dapat disimpulkan bahwa terjadi pengaruh mediasi.