

**HUBUNGAN ANTARA *SENSATION SEEKING* DENGAN  
*ENTREPRENEURSHIP* PADA *FRESH GRADUATE*  
UNIVERSITAS SYIAH KUALA**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Program Studi Psikologi  
Fakultas Kedokteran Universitas Syiah Kuala  
Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat Guna  
Memperoleh Gelar Sarjana Psikologi



DISUSUN OLEH:

**RAHMAD MIRZA**  
**1107101130025**

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI  
FAKULTAS KEDOKTERAN  
UNIVERSITAS SYIAH KUALA  
BANDA ACEH  
2017**

**HALAMAN PENGESAHAN**

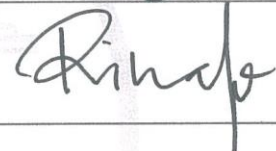
**HUBUNGAN ANTARA *SENSATION SEEKING* DENGAN  
*ENTREPRENEURSHIP* PADA *FRESH GRADUATE*  
UNIVERSITAS SYIAH KUALA**

**RAHMAD MIRZA**  
**1107101130025**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi Program Studi Psikologi  
Fakultas Kedokteran Universitas Syiah Kuala Untuk Memenuhi  
Sebagian Dari Syarat Guna Memperoleh  
Gelar Sarjana Psikologi  
Pada Tanggal  
25 Juli 2017

Dewan Penguji

1. Eka Dian Aprilia, M.Psi., Psikolog  
NIP. 19840408 201504 2 002
2. Mirza, S.Psi., M.Si  
NIP. 19810731 200812 1 001
3. Risana Rachmatan, S.Psi., M.Si  
NIP. 19840406 201012 2 003



Mengesahkan,

Dekan Fakultas Kedokteran Unsyiah



Dr. dr. Maimun Syukri, Sp.PD., KGH-FINASIM  
NIP. 19611225 199002 1 001

Ketua Program Studi Psikologi



Mirza, S.Psi., M.Si  
NIP. 19810731 200812 1 001

## HALAMAN PERNYATAAN

Bersama ini peneliti menyatakan bahwa selama melakukan penelitian dan dalam menyusun laporan penelitian, peneliti tidak melanggar etika akademik seperti penjiplakan dan pemalsuan data. Jika pada saat ujian skripsi peneliti terbukti melanggar etika akademik, maka peneliti sanggup menerima sanksi dari dewan penguji. Apabila di kemudian hari peneliti terbukti melanggar etika akademik, maka peneliti sanggup menerima konsekuensi berupa pencabutan gelar kesarjanaan yang telah peneliti peroleh.

Banda Aceh, 25 Juli 2017



(Rahmad Mirza)

## KATA PENGANTAR

*Alhamdulillah Rabbil'alamin.* Puji syukur kehadiran Allah SWT, atas rahmat, hidayah dan karunia yang selalu dilimpahkan-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Pertolongan dan petunjuk-Nya merupakan kasih sayang yang tumpahruah kepada peneliti untuk menggapai keberhasilan dalam menyelesaikan karya sederhana ini. Selawat beserta salam kepada pelita alam Rasulullah Muhammad SAW, yang menjadi pelopor penyempurnaan akhlak, membawa cahaya kebenaran serta menegakkan keadilan, dengan jasa besar Rasulullah umat manusia dapat menggapai nikmatnya ilmu pengetahuan. Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi tugas akhir sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi pada Universitas Syiah Kuala. Segala hambatan, rintangan, suka, maupun duka dalam penyelesaian skripsi ini adalah suatu hikmah yang sangat berarti bagi peneliti. Serta tidak lupa, peneliti ingin mengucapkan terima kasih dan memberikan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. dr. Maimun Syukri, Sp.PD., KGH-FINASIM selaku Dekan Fakultas Kedokteran Universitas Syiah Kuala.
2. Bapak Mirza, S.Psi., M.Si selaku Ketua Program Studi Psikologi Fakultas Kedokteran Universitas Syiah Kuala.
3. Ibu Eka Dian Aprilia, M.Psi., Psikolog selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran serta senantiasa memotivasi, membantu dan juga menanyakan setiap perkembangan dalam penyusunan dan penelitian sehingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Mirza, S.Psi., M.Si dan Ibu Risana Rachmatan, S.Psi., M.Si selaku penguji proposal dan skripsi yang telah meluangkan banyak waktu dan pikiran untuk kesempurnaan skripsi ini.
5. Bapak Mirza, S.Psi., M.Si dan dr. Maryatun, M.Kes., Sp.PD selaku dosen wali akademik selama perkuliahan.
6. Seluruh dosen dan staf Prodi Psikologi Fakultas Kedokteran Unsyiah yang telah membantu, mendidik dan memberikan ilmu yang bermanfaat.

7. Ayahanda Amiruddin Abu Bakar, S.E dan Ibunda Maryani Harun, S.Pd atas cinta dan kasih sayang yang tak terhingga, serta senantiasa selalu mendoakan, memotivasi, mendukung, menyediakan segala kebutuhan peneliti dan membantu dalam proses penelitian sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Adik tersayang Desi Afyanti, Nanda Thaifuri dan Khairul Badri yang selalu senantiasa mendoakan yang terbaik untuk peneliti selama proses penyusunan skripsi.
9. Kepada sahabat-sahabat dari OPDM Darul Ulum, Sechzehn, BEM Unsyiah, BEM FK Unsyiah, Himapsi Unsyiah, JMK, Lentera Aceh, PAUD Seribu Bintang, ACT Banda Aceh, MRI, KKN Unsyiah, Cocomix maupun lembaga internal dan eksternal lainnya yang telah menyediakan ruang bagi peneliti untuk belajar, berorganisasi, mengabdikan dan bekerja.
10. Sahabat terbaik Ari, Yaumil, Dalil, Ulis, Wahyu, Resqa, Bang Amil, Kak Anti, Masir, Abizar, Ibal, Taqim, Fazkur, Mulya, Bang Mulqan, Mawardi, Syarif, Riski, Saiful, Dina, Lisa, Mamat, Firly, Zura, Kana, Tya, Rifda, Haris dan Iki yang selalu setia memberikan kenyamanan, masukan, dukungan, bantuan, canda tawa, ide-ide dan mendengarkan keluh kesah peneliti, serta sangat membantu hingga mendampingi peneliti selama proses pengerjaan skripsi.
11. Teman-teman terhebat PsychoElevent yang telah berjuang bersama-sama dengan peneliti selama perkuliahan. Serta responden dan semua yang ikut berkontribusi dalam penelitian yang tidak dapat disebutkan semuanya. Akhirnya hanya Allah *'Azzawajalla* sang pemilik kesempurnaan. Peneliti sadar bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna sehingga saran dan kritik yang bersifat membangun sangat dibutuhkan hingga karya ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak, Amin.

Banda Aceh, 25 Juli 2017

Rahmad Mirza

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

---

Sebagai sivitas akademika Program Studi Psikologi Fakultas Kedokteran Universitas Syiah Kuala, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rahmad Mirza  
NIM : 1107101130025  
Program Studi : Psikologi  
Fakultas : Kedokteran  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Program Studi Psikologi Fakultas Kedokteran Universitas Syiah Kuala Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul : HUBUNGAN ANTARA *SENSATION SEEKING* DENGAN *ENTREPRENEURSHIP* PADA *FRESH GRADUATE* UNIVERSITAS SYIAH KUALA beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Berdasarkan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini Program Studi Psikologi Fakultas Kedokteran Universitas Syiah Kuala berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data, merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya secara sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Dibuat di : Banda Aceh

Pada tanggal : 25 Juli 2017

Yang menyatakan,



(Rahmad Mirza)

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	9
C. Tujuan Penelitian .....	10
D. Manfaat Penelitian .....	10
E. Keaslian Penelitian .....	11
<b>BAB II. TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>14</b>
A. <i>Sensation Seeking</i> .....	14
1. Pengertian <i>sensation seeking</i> .....	14
2. Dimensi <i>sensation seeking</i> .....	15
3. Faktor-faktor yang mempengaruhi <i>sensation seeking</i> .....	16
4. Karakteristik <i>sensation seeker</i> .....	19
B. <i>Entrepreneurship</i> .....	21
1. Pengertian <i>entrepreneurship</i> .....	21
2. Karakteristik <i>entrepreneurship</i> .....	22
3. Pentingnya <i>entrepreneurship</i> .....	23
4. Manfaat <i>entrepreneurship</i> .....	25
C. Hubungan antara <i>sensation seeking</i> dan <i>entrepreneurship</i> pada <i>Fresh Graduate Universitas Syiah Kuala</i> .....	27

D. Hipotesis .....	31
<b>BAB III. METODE PENELITIAN .....</b>	<b>32</b>
A. Identifikasi Variabel Penelitian .....	32
B. Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	32
1. <i>Sensation Seeking</i> .....	32
2. <i>Entrepreneurship</i> .....	32
C. Desain Penelitian .....	33
D. Populasi dan Sampel Penelitian .....	33
E. Metode Pengumpulan Data .....	34
1. Instrument Alat Ukur .....	34
2. Prosedur Penelitian .....	36
F. Validitas dan Reliabilitas .....	39
1. Uji Validitas .....	39
2. Uji Reliabilitas .....	40
G. Analisis Data .....	45
1. Uji Asumsi .....	45
2. Uji Hipotesis .....	46
<b>BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>47</b>
A. Deskripsi Subjek Penelitian .....	47
B. Hasil Penelitian .....	48
1. Hasil Uji Asumsi .....	48
a. Uji Normalitas .....	48
b. Uji Linearitas .....	48
2. Hasil Uji Hipotesis .....	49
3. Analisa Deskriptif .....	50
C. Pembahasan .....	58
<b>BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>67</b>
A. Kesimpulan .....	67
B. Saran .....	67
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>69</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Pengangguran Berdasarkan Tingkat Pendidikan di Aceh ...	2
Tabel 1.2	Jumlah Penduduk Usia Bekerja Sesuai dengan Status Pekerjaan di Aceh .....	3
Tabel 1.3	Data Tujuan Lulusan Universitas Syiah Kuala Setelah Lulus Kuliah .....	3
Tabel 3.1	<i>Blueprint Brief Sensation Seeking Scale</i> (BSSS-8) oleh Hoyle et. All. (2002) .....	35
Tabel 3.2	<i>Blueprint Skala Entrepreneurship</i> oleh Yusof, Sandhu, dan Jain (2007) .....	36
Tabel 3.3	Indeks Daya Beda Butir Pernyataan Skala BSSS-8 oleh Hoyle et al. (2002). Uji Coba ( <i>Try Out</i> ) .....	42
Tabel 3.4	Indeks Daya Beda Butir Pernyataan Skala <i>Entrepreneurship</i> Uji Coba ( <i>Try Out</i> ) .....	42
Tabel 3.5	Distribusi Butir Pernyataan Skala <i>Entrepreneurship</i> .....	43
Tabel 4.1	Data Demografi Sampel Penelitian .....	47
Tabel 4.2	Analisa Hasil Penelitian Berdasarkan Dimensi-dimensi <i>Sensation Seeking</i> .....	50
Tabel 4.3	Analisa Hasil Penelitian Berdasarkan Kategori-kategori <i>Entrepreneurship</i> .....	50
Tabel 4.4	Analisa Hasil Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin .....	51
Tabel 4.5	Analisa Hasil Penelitian Berdasarkan Fakultas .....	51
Tabel 4.6	Analisa Hasil Penelitian Berdasarkan Sumber Dana Modal Usaha	52

Tabel 4.7	Analisa Hasil Penelitian Berdasarkan Lama Usaha/Bisnis Berjalan.....	53
Tabel 4.8	Deskripsi Data Penelitian Skala <i>Sensation Seeking</i> .....	54
Tabel 4.9	Norma Kategorisasi Responden Penelitian .....	55
Tabel 4.10	Kategorisasi <i>Sensation Seeking</i> .....	55
Tabel 4.11	Deskripsi Data Penelitian Skala <i>Entrepreneurship</i> .....	56
Tabel 4.12	Kategorisasi <i>Entrepreneurship</i> .....	57

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Skala *Brief Sensation Seeking Scale* (BSSS-8) oleh Hoyle et. All (2002)
- Lampiran 2. Alat ukur *Sensation Seeking* dan *Entrepreneurship* Uji Coba (*Try Out*)
- Lampiran 3. Tabulasi Data *Sensation Seeking* Uji Coba (*Try Out*)
- Lampiran 4. Tabulasi Data *Entrepreneurship* Uji Coba (*Try Out*)
- Lampiran 5. Hasil Analisis Data *Sensation Seeking* dan *Entrepreneurship* Uji Coba (*Try Out*)
- Lampiran 6. Alat Ukur *Sensation Seeking* dan *Entrepreneurship*
- Lampiran 7. Data Demografi Subjek Penelitian
- Lampiran 8. Tabulasi Data *Sensation Seeking*
- Lampiran 9. Tabulasi Data *Entrepreneurship*
- Lampiran 10. Kategorisasi Data *Sensation Seeking*
- Lampiran 11. Kategorisasi Data *Entrepreneurship*
- Lampiran 12. Analisis Data *Sensation Seeking* dan *Entrepreneurship*
- Lampiran 13. Administrasi Penelitian

## ABSTRAK

Setiap tahunnya Universitas Syiah Kuala meluluskan 4000 mahasiswa yang kemudian berstatus sebagai *fresh graduate*. Tugas utama *fresh graduate* yang pada umumnya berada pada rentang usia dewasa adalah bekerja dan membangun karir. Dewasa ini mendapatkan pekerjaan sangat sulit, tidak ada jaminan seorang sarjana akan mendapatkan pekerjaan. Salah satu alternatif adalah dengan melakukan *entrepreneurship*. Untuk dapat melakukan *entrepreneurship* dibutuhkan kepercayaan diri yang kuat, berani bertanggung jawab, berani mengambil keputusan, pantang menyerah dan berani mengambil resiko yang sesuai dengan dimensi dari *sensation seeking* yaitu *thrill and adventure seeking*, *experience seeking*, *disinhibition*, dan *boredom susceptibility*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui *sensation seeking* dan *entrepreneurship* pada *fresh graduate* Universitas Syiah Kuala. Sampel penelitian yaitu sebanyak 120 *fresh graduate*, dengan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *quota sampling*. Terdapat dua alat ukur yang digunakan, yaitu adaptasi Skala *Brief Sensation Seeking Scale (BSSS-8)* oleh Hoyle et al. (2002) berjumlah 8 aitem dan Skala *Entrepreneurship* yang mengacu pada teori Koh (1996) berjumlah 24 aitem. Hasil analisis data menggunakan teknik korelasi *Pearson* menunjukkan koefisien korelasi ( $r$ ) sebesar 0,714 dengan nilai  $p = 0,000$  ( $p < 0,05$ ). Hipotesis yang diajukan diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara *sensation seeking* dan *entrepreneurship* pada *fresh graduate* Universitas Syiah Kuala.

*Kata Kunci: Sensation seeking; entrepreneurship; fresh graduate*

## **ABSTRACT**

*Every year The University of Syiah Kuala graduates 4000 students who later will be the fresh graduates. The main objectives of the fresh graduates who are mostly in the range of adulthood are to work and to build a career. Nowadays, getting a job is very difficult, there is no guarantee for a graduate to get a job. One of the alternatives is to become an entrepreneur. To become an entrepreneur needs self-confidence, responsibility, decision making skill, perseverance and risk taking which are in accordance with the dimensions of sensation seeking i.e. thrill and adventure seeking, experience seeking, disinhibition, and boredom susceptibility. This study aimed to understand the sensation seeking and entrepreneurship of the fresh graduates in The University of Syiah Kuala. The samples were 120 fresh graduates who were selected with quota sampling technique. There were two instruments used, Brief Sensation Seeking adaptation Scale (BSSS-8) by Hoyle et al (2002) consisting of 8 items and an Entrepreneurship Scale based on Koh's theory (1996) consisting of 24 items. Data analysis result using Pearson correlation technique showed a correlation coefficient of (r) 0,714 with p value = 0,000 ( $p < 0,05$ ). The proposed hypothesis was confirmed therefore it can be concluded that there was a positive and significant correlation between sensation seeking and entrepreneurship of the fresh graduates in The University of Syiah Kuala.*

*Keywords: Sensation seeking; entrepreneurship; fresh graduate*

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Setiap tahun, Universitas Syiah Kuala (Unsyiah) meluluskan lebih kurang 4000 mahasiswa yang kemudian berstatus sebagai *fresh graduate* (Unsyiah, 2016). Adhyaksa dan Rusgiyono (2010), menjelaskan *fresh graduate* merupakan lulusan perguruan tinggi yang merasa dirinya belum siap dan mampu dalam melangkah memasuki dunia kerja. Zoubi (2016) menyebutkan *fresh graduate* merupakan individu yang baru selesai menempuh pendidikan maksimal dua tahun dan belum bekerja. Pada umumnya lulusan perguruan tinggi berusia 23 sampai dengan 25 tahun yang tergolong ke dalam kelompok umur dewasa awal (Hurlock, 2009).

Salah satu tugas perkembangan masa dewasa awal adalah memasuki dunia kerja dan mendapatkan pekerjaan (Papalia, 2009). Individu diharapkan sudah mendapatkan suatu pekerjaan yang layak ketika berada pada usia dewasa awal sehingga dianggap mampu dan mempunyai peran atau posisi dalam masyarakat (Santrock, 2009). Namun demikian, mencari pekerjaan di Indonesia bukan hal yang mudah. Terjadi persaingan yang begitu ketat diantara sesama pencari kerja, sehingga membuat individu berusaha untuk terus meningkatkan kualitas diri terutama kualitas pendidikan yang dimiliki (Lestari, 2006). Persaingan menyebabkan jumlah lapangan kerja semakin sedikit maka yang terjadi adalah sulitnya mendapatkan pekerjaan sehingga menciptakan pengangguran (Anjas, 2013).

Berdasarkan hasil survey yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2016, Aceh adalah provinsi keempat dengan jumlah pengangguran terbanyak di Indonesia yaitu sebanyak 8,13% (BPS, 2016). Pengangguran tersebut tergabung dari berbagai latar belakang tingkat pendidikan. Adapun rincian data pengangguran di Provinsi Aceh berdasarkan tingkat pendidikan dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 1.1  
Jumlah Pengangguran Berdasarkan Tingkat Pendidikan di Aceh

No	Tingkat Pendidikan	Pengangguran Terbuka
1	Tidak/Belum Pernah Sekolah	785
2	Tidak/Belum Tamat SD	5655
3	Sekolah Dasar	14.411
4	Sekolah Menengah Pertama	30.496
5	Sekolah Menengah Atas	117.523
6	Sekolah Menengah Atas Kejuruan	12.601
7	Diploma I/II/III/Akademi	12.606
8	Universitas	22.729
<b>Total</b>		<b>216.806</b>

Sumber: Survei Angkatan Kerja Nasional Agustus (2016)

Data di atas menunjukkan, lulusan Perguruan Tinggi (Universitas dan Diploma I/II/III/Akademi) juga menyumbangkan angka yang cukup besar terhadap pengangguran di provinsi Aceh. Lulusan Universitas menyumbangkan angka 22.729 dan Diploma I/II/III/Akademi sebesar 12.606, dengan total 35.335 jiwa dari 216.806 jiwa pengangguran. Padahal dengan masuk ke perguruan tinggi diharapkan individu akan lebih mudah untuk mendapatkan pekerjaan (Wima, 2015). Yuliana (2012) menyebutkan lembaga pendidikan tinggi lebih banyak menciptakan sarjana pencari kerja, bukan pencipta lapangan kerja, hal tersebut membuat seseorang terbiasa dan nyaman untuk menerima upah atau digaji sehingga tidak kreatif dan mandiri. Lebih lanjut Anjas (2013) menambahkan hal yang membuat meningkatnya pengangguran dikarenakan pola pikir masyarakat yang masih berorientasi

pada *job seeker* bukan *job creator*. Adapun data yang menerangkan banyaknya masyarakat yang memilih pekerjaan sebagai karyawan dibanding menjadi *entrepreneur* (wirausaha) dapat dilihat pada data jumlah penduduk berdasarkan status pekerjaan berikut :

Tabel 1.2  
Jumlah Penduduk Usia Bekerja Sesuai dengan Status Pekerjaan di Aceh

No.	Nama Pekerjaan	Jumlah
1.	Berusaha Sendiri ( <i>Own Account Worker</i> )	375.121
2.	Berusaha dibantu buruh tidak tetap/buruh tak dibayar ( <i>Employer assisted by temporary worker/unpaid worker</i> )	310.957
3.	Berusaha dibantu buruh tetap/buruh dibayar ( <i>Employer assisted by permanent worker/paid worker</i> )	87.576
4.	Buruh/karyawan/pegawai ( <i>Regular employee</i> )	688.918
5.	Pekerja bebas ( <i>Casual employee</i> )	187.336
6.	Pekerja keluarga/tak dibayar ( <i>Family worker/unpaid worker</i> )	316.110
<b>Total</b>		<b>1.966.018</b>

Sumber: Survei Angkatan Kerja Nasional Agustus (2016)

Berdasarkan data Survei Angkatan Kerja Nasional (Sakernas) tersebut dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan terdapat 773.654 jiwa masyarakat Aceh yang memiliki usaha sendiri dengan berbagai ukuran usaha, baik berusaha sendiri, dibantu karyawan dan dibantu karyawan tanpa di bayar (biasanya anggota keluarga). Kemudian, sebanyak 1.192.364 jiwa masyarakat Aceh lainnya bekerja pada individu maupun institusi sebagai karyawan/buruh. Hal ini menjelaskan bahwa masyarakat Aceh masih memiliki pemikiran yang sangat tinggi untuk menjadi buruh/karyawan/pegawai. Ini bersesuaian dengan hasil laporan survey yang dilakukan *Career Development Center* Unsyiah berikut :

Tabel 1.3  
Data tujuan lulusan Universitas Syiah Kuala setelah lulus kuliah

No	Jurusan	Jumlah Lulusan		Tujuan setelah lulus (%)					
		2015	2016	Mencari Kerja		wirausaha		Pasca Sarjana	
				2015	2016	2015	2016	2015	2016
1	Ekonomi	506	818	71,3	75,9	7,7	6,7	20,9	17,4
2	Kedokteran Hewan	210	283	53,1	45,3	9,1	8,6	37,8	46,1
3	Hukum	347	326	67,6	65,5	5,5	6,4	26,9	30,1

4	Teknik	430	575	61,9	69,9	10,7	6,4	27,4	23,6
5	Pertanian	319	438	60,8	57,1	19,1	23,3	20,1	19,6
6	KIP	1550	1143	64,6	63,5	5,9	6,8	29,6	29,7
7	Kedokteran	841	929	34,9	43,6	1,1	1,4	64	55,0
8	MIPA	294	331	59,4	57,4	10,2	7,6	30,4	35,1
9	FISIP	144	338	57,1	62,9	11,3	9,8	31,7	27,3
10	KKP	115	115	60	60	11,3	20,9	28,7	19,1
11	Keperawatan		68		75		1,6		23,4
12	Kedokteran Gigi		1		100		0		0

Sumber : Laporan CDC Unsyiah

Data di atas menunjukkan, bahwa minat berwirausaha pada lulusan Unsyiah sangat rendah, rata-rata berada pada 10%. Sebaliknya, lulusan yang berniat mencari kerja rata-rata per jurusan berada di atas 50%. Hal ini sebagaimana disampaikan oleh Kepala Dinas Tenaga Kerja dan Mobilitas Penduduk (Ditnakermobduk) Provinsi Aceh bahwa sebagian masyarakat melihat pekerjaan hanya semata-mata pegawai negeri sipil atau karyawan swasta (The Atjeh Times, 2013).

Anjas (2013) dalam penelitiannya mengenai semangat *wirausaha* dengan subjek penelitian yaitu mahasiswa maka diperoleh hasil bahwa sebagian besar mahasiswa masih belum memikirkan untuk menciptakan lapangan pekerjaan tetapi lebih memilih untuk bekerja pada industri yang telah ada. Fenomena persaingan mendapatkan pekerjaan yang sangat tinggi dan industri yang kurang berkembang, seharusnya mengubah pola pikir mahasiswa untuk tidak mencari kerja, tapi membuka lapangan kerja. Apabila masyarakat memiliki minat yang tinggi untuk menciptakan lapangan pekerjaan maka akan meningkatkan kualitas ekonomi dan kesejahteraan sosial, diantaranya melalui penyerapan tenaga kerja yang maksimal (Zimmerman, 2008). Minat membuka usaha yang tinggi pada masyarakat akan mengakibatkan lapangan kerja baru yang tumbuh dengan menyerap

tenaga kerja lain. Minat wirausaha dapat tumbuh dengan baik apabila mendapatkan bimbingan yang benar dan sesuai bisnis yang dijalankan (Rosmiati, Junias & Munawar, 2015).

Unsyiah merupakan salah satu perguruan tinggi yang memiliki program untuk mendukung terbentuknya semangat untuk menciptakan lapangan pekerjaan baru yaitu Program Mahasiswa Wirausaha (*Student Entrepreneurship Program*). Program ini diperuntukkan bagi mahasiswa S-1 dan D-III yang memiliki ide dan gagasan dalam mengembangkan bisnis. Program ini memberikan bantuan pelatihan, magang, bantuan dana dan pengembangan usaha bagi para mahasiswa yang lolos seleksi. Setiap pemenang juga akan mendapat bimbingan khusus dari para dosen Unsyiah yang ditunjuk sehingga mampu menjalankan bisnis secara profesional. Adanya program ini diharapkan membentuk semangat berwirausaha pada mahasiswa (Direktorat Jenderal Pembelajaran dan Kemahasiswaan, 2015).

Salah satu lulusan Unsyiah yang memenangkan program mahasiswa wirausaha periode tahun 2014 dan tetap menjalankan bisnis selama 2 tahun.

Berikut wawancara:

*“..... sejak mulai mengikuti pmw, saya berusaha membangun bisnis roti ini. Itu tahun 2014 dulu. Setelah itu saya tamat, proses bimbingan selesai, saya mulai berusaha membesarkan usaha roti ini. Mula-mula saya bekerja sendiri, tapi sekarang saya sudah punya pekerja yang membantu saya, ada dua orang. Sampai sekarang sudah ada beberapa variasi roti yang saya buat, jumlah produksi juga alhamdulillah semakin banyak, agen penjual juga sudah lumayan, ya, InsyaaAllah terus berkembang ke arah lebih baik.” ( K, pr, komunikasi personal pada tanggal 10 Agustus 2016).*

Hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa dengan mengikuti program mahasiswa wirausaha, *fresh graduate* tersebut berhasil membangun sebuah usaha yang kemudian dijalankan sendiri. *Fresh graduate* tersebut tidak berhenti hanya pada program mahasiswa wirausaha saja ketika menjadi

mahasiswa, akan tetapi ia melanjutkan usaha yang sudah dirintis tersebut, bahkan mengembangkannya dengan memunculkan kreasi-kreasi baru dan peningkatan para agen penjual. Dapat dilihat bahwa, *fresh graduate* tersebut memiliki jiwa untuk terus menciptakan sesuatu barang mentah menjadi sesuatu yang baru dan bernilai, yang dikenal dengan jiwa kewirausahaan atau *entrepreneurship*.

*Entrepreneurship* merupakan proses penciptaan sesuatu yang baru pada nilai menggunakan waktu dan upaya yang diperlukan, menanggung resiko keuangan, fisik, serta resiko sosial yang mengiringi, menerima imbalan moneter yang dihasilkan, serta kepuasan dan kebebasan pribadi (Hisrich, Peters & Shepperd, 2008). Khusnurriyah (2007), menjelaskan *entrepreneurship* yaitu kemampuan seseorang dalam menangani suatu usaha atau kegiatan yang mengarah pada upaya menciptakan dan menerapkan cara kerja baru sehingga dibutuhkan kepercayaan diri yang kuat, berani mengambil keputusan dan menanggung resiko, memiliki keberanian dan pantang menyerah. Individu yang melaksanakan kegiatan wirausaha (*entrepreneurship*) disebut dengan *entrepreneur*.

Bygrave (1989) menjelaskan, seseorang yang memiliki jiwa *entrepreneur* memiliki karakteristik diantaranya kebutuhan untuk berprestasi, pengendalian internal, toleransi terhadap ketidakpastian, dan berani mengambil resiko. Koh (1996) menjelaskan, salah satu sifat yang paling dibutuhkan seorang *entrepreneur* adalah *risk-taking propensity*. *Risk-taking propensity* merupakan kemampuan seseorang dalam hal ini *fresh graduate* untuk menangani ketidakpastian dan kemauan untuk mengambil resiko.

Hassan dan Wafa (2012) dalam penelitiannya mengatakan bahwa salah satu kunci sukses menjadi seorang *entrepreneur* adalah memiliki sifat dan kemampuan untuk mengambil resiko termasuk resiko kerugian dalam berwirausaha. Sifat *fresh graduate* yang memiliki keinginan untuk mengambil resiko sosial, *legal* dan *financial* serta kebutuhan akan pengalaman baru ini dikenal dengan *sensation seeking*.

Menurut Wade dan Travis (2007) sensasi merupakan proses mendeteksi energi fisik yang dipancarkan atau direfleksikan oleh objek fisik, sehingga dengan adanya pancaran atau refleksi dari objek fisik atau aktivitas tertentu dapat merangsang emosi seseorang yang dikenal dengan istilah sensasi. Sedangkan *sensation seeking* adalah sebuah *trait* (sifat) yang ditentukan oleh kebutuhan mencari sensasi dan pengalaman yang bervariasi, baru dan tidak biasa, kompleks juga *intens* dan keinginan untuk mengambil resiko sosial, *legal* dan *financial* hanya untuk mendapatkan sebuah pengalaman (Zuckerman, 1971). Menurut Khusnurriyah (2007), *sensation seeking* adalah kebutuhan untuk mendapatkan berbagai pengalaman baru yang luar biasa dan kompleks walaupun mengandung resiko.

Setiap individu memiliki *sensation seeking* yang berbeda-beda, tergantung bagaimana dia memandang tantangan yang dihadapi. Individu yang memiliki *sensation seeking* yang tinggi ditandai dengan cenderung berani dan melakukan hal-hal yang beresiko. Hal ini terlihat dari hasil wawancara dengan FA (pr), *fresh graduate* lulusan Unsyiah sebagai berikut:

“....saya baru tiga bulan lulus kuliah, lalu mulai jalanin usaha ini, ya kan dalam bisnis harus nekad. Kalau ada peluang, survey pasar dikit, langsung ekspansi. Kalo ngga kapan mau maju bisnis kita. Tapi ya ga jelas memang hasilnya gimana, soalnya bisa kapan aja terjadi perubahan pasar udah gak minat sama barang yang kita jual, kalau lagi sepi konsumen ya berkurang, kalo rame baru aman, itu semua kan udah

*jadi resiko sebagai pelaku usaha...” (FA, pr, komunikasi personal tanggal 2 September 2016)*

Subjek dalam kutipan wawancara diatas merasa ada kepuasan ketika melakukan hal-hal berbahaya yang mengandung resiko tinggi. Berbagai resiko yang dihadapi salah satunya adalah kerugian dalam bentuk finansial ketika melakukan proses berwirausaha. Maka dari itu, dalam melakukan *entrepreneurship* individu sebaiknya memiliki *sensation seeking* agar berani mengambil resiko jika mengalami kerugian (Yuliana, 2012). Doughlas dan Shepperd (2002) juga menambahkan bahwa semakin toleran seseorang untuk mengambil risiko, maka semakin besar kemungkinan orang tersebut untuk bekerja sendiri atau memiliki usaha sendiri. Kemampuan mengambil resiko termasuk dalam dimensi *sensation seeking*.

Seorang *entrepreneur* dalam membangun sebuah usaha baiknya didukung oleh sifat kreatif dan inovatif (Masfrandy, 2015). Lebih lanjut, Masfrandy menjelaskan bahwa kreatif maksudnya bisa memberikan solusi atas permasalahan dari sudut pandang yang berbeda, unik, dan orisinal. Sedangkan inovatif adalah kemampuan menciptakan suatu ide, gagasan, produk, atau jasa baru yang diminati pasar. Oleh karena itu, individu yang kreatif dan inovatif didorong oleh keinginan mencapai sebuah pengalaman baru (*experience seeking*) yang merupakan bagian dari dimensi *sensation seeking*. *Experience seeking* merupakan ekspresi dari pencarian individu terhadap pengalaman baru melalui pemikiran, penginderaan dan gaya hidup (Zuckerman, 1971).

Salah satu karakteristik seorang *entrepreneur* adalah *tolerance for ambiguity* yaitu kemampuan seseorang ketika merasa situasi yang tidak pasti

dan mengelola informasi yang tersedia untuk menoleransi ketidakpastian tersebut (Koh, 1996). Individu yang mampu berhadapan dengan situasi yang tidak pasti dari didorong oleh keinginan untuk merasakan pengalaman baru yang belum pernah dirasakannya. Ambiguitas yang dialami tersebut dapat dihadapi seorang *fresh graduate* yang menjadi *entrepreneur* apabila memiliki *experience seeking* yang merupakan bagian dari *sensation seeking* yang tinggi.

Berdasarkan penjelasan di atas, peneliti tertarik untuk meneliti tentang *sensation seeking* dan *entrepreneurship* pada *fresh graduate*. Penelitian sebelumnya dilakukan oleh Khusnurriyah (2007) yang juga menggunakan variabel tersebut tetapi meneliti pada sarjana *fresh graduate* di Universitas Islam Mojokerto yang pada Universitas tersebut tidak menerapkan Program Mahasiswa Wirausaha sedangkan Universitas Syiah Kuala menerapkan Program Mahasiswa Wirausaha. Kemudian penelitian untuk *sensation seeking* dan *entrepreneurship* pada *fresh graduate* masih jarang ditemukan dan belum banyak dilakukan. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti dengan judul penelitian yaitu hubungan *sensation seeking* dan *entrepreneurship* pada *fresh graduate* dari Universitas Syiah Kuala.

## **B. Rumusan Masalah**

Sebagaimana uraian diatas, maka rumusan masalah peneliti adalah apakah ada hubungan antara *sensation seeking* dengan *entrepreneurship* pada *fresh graduate* Universitas Syiah Kuala?

### C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk melihat hubungan antara *sensation seeking* dengan *entrepreneurship* pada *fresh graduate* dari Universitas Syiah Kuala.

### D. Manfaat Penelitian

#### 1. Manfaat Teeoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan acuan mengenai *sensation seeking* dengan *entrepreneurship* pada *fresh graduate*. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya sumber kepustakaan penelitian mengenai psikologi industri dan organisasi sehingga hasil penelitian nantinya diharapkan dapat dijadikan sebagai penunjang untuk bahan penelitian selanjutnya.

#### 2. Manfaat Praktis

Memberikan pemahaman mengenai *sensation seeking* dan dimensi-dimensi dari *sensation seeking*, juga memberikan pemahaman mengenai *entrepreneurship* dan karakteristik psikologi seorang *entrepreneur*. Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan informasi kepada lulusan baru perguruan tinggi tentang karakteristik seorang *entrepreneur*. Selanjutnya manfaat bagi Universitas dengan adanya penelitian ini dapat memberikan pemahaman sehingga lebih banyak memberikan peluang kepada mahasiswa dan *fresh graduate* melakukan *entrepreneurship*. Kemudian bagi peneliti selanjutnya penelitian ini bermanfaat sebagai sumber kepustakaan untuk penelitian yang berhubungan dengan *sensation seeking* maupun *entrepreneurship*.

## E. Keaslian Penelitian

Sepanjang penelusuran peneliti, terdapat beberapa penelitian yang berhubungan dengan *sensation seeking* dan *entrepreneurship* yang sebelumnya sudah pernah diteliti yaitu oleh Hassan dan Wafa (2012) dengan judul *Predictors Towards Entrepreneurial Intention: a Malaysian Case Study*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *risk taking propensity* dan *entrepreneurial intention* pada masyarakat asli dan keturunan Cina di Malaysia. Adapun jumlah sampel yang digunakan yaitu sebanyak 746 mahasiswa di Universitas Malaysia Sabah dengan menggunakan kuisioner. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara *risk taking propensity* dan intensi untuk menjadi seorang *entrepreneur*.

Adapun penelitian lainnya yang meneliti tentang *entrepreneurship* yaitu oleh Taleghani, Ghafary, Keyhani, dan Ahmadi (2013) dengan judul *Personality Characteristics and Entrepreneurship in Online Context*. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan survei melalui internet menggunakan kuisioner dengan 95 soal *multiple-choice*. Penelitian ini bertujuan untuk menguji karakteristik kepribadian pada *internet entrepreneur* di Iran. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya perbedaan hipotesis antara 8 karakteristik kepribadian *internet entrepreneur*.

Selanjutnya penelitian lainnya yang meneliti mengenai *sensation seeking* yaitu oleh Nugruho (2014) dengan judul *Hubungan Sensation Seeking dengan Intensi Melakukan Cyberbullying Pada Remaja*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan *sensation seeking* dengan intensi melakukan *cyberbullying* pada remaja. Teknik pengambilan sampel yang

digunakan adalah *simple random sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 223 siswa SMA yang terdapat di kota Malang. Hasil penelitian dianalisa menggunakan teknik analisa korelasi pearson yang menunjukkan tidak terdapat hubungan *sensation seeking* dengan intensi melakukan *cyberbullying* pada remaja.

Kemudian penelitian yang berhubungan dengan *sensation seeking* dan *entrepreneurship* yang sebelumnya sudah pernah diteliti oleh Veysi, Vesi, Hashemi, dan Khoshbakht (2015) dengan judul *Analyse of Factor Affective the Development of an Entrepreneurial Intention Among Fresh Graduate Students in Islamic Azad University, Sahneh, Iran*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah *risk taking propensity* bertindak sebagai mediator potensial yang kemudian meneliti hubungan antara *psychological traits* dan *entrepreneurial orientation* dan *family entrepreneurial background* dan *innovation*. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *simple random sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 250 *fresh graduate* dari target populasi sebanyak 572 dengan menggunakan *Cochran formula*. Hasil menunjukkan tidak ada pengaruh *family's financial capital*, *manpower capital*, dan *human capital* dalam intensi karir *fresh graduate*.

Selanjutnya penelitian yang juga membahas mengenai *sensation seeking* yaitu oleh Zhafarina (2015) dengan judul *Hubungan Antara Sensation Seeking Dengan Self Efficacy Pada Mahasiswa Pecinta Alam Di Universitas Sriwijaya*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *sensation seeking* dengan *self efficacy* pada mahasiswa pecinta alam di Universitas Sriwijaya. Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi

sederhana dengan teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *random sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 95 mahasiswa. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya hubungan yang sangat signifikan antara *sensation seeking* dengan *self efficacy* pada mahasiswa pecinta alam di Universitas Sriwijaya.

Berdasarkan penelitian sebelumnya, dapat dilihat adanya perbedaan dari segi identifikasi variabel, konteks, dan sampel dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti. Berdasarkan penelitian terdahulu terlihat bahwa belum ada penelitian yang menghubungkan *sensation seeking* dengan *entrepreneurship* pada *fresh graduate*. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti hubungan antara kedua variabel tersebut terhadap *fresh graduate* di Universita Syiah Kuala, sehingga dapat disimpulkan bahwa penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah berbeda dengan penelitian sebelumnya dengan demikian penelitian ini dapat dipertanggungjawabkan keasliannya oleh peneliti.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. *Sensation Seeking*

##### 1. Pengertian *Sensation Seeking*

Wolman (1973) mengartikan sensasi sebagai pengalaman elementer yang segera, yang tidak memerlukan penguraian verbal, simbolis, atau konseptual, dan terutama sekali berhubungan dengan kegiatan alat indra. Sama halnya dengan Wolman (1973), Coon (2008) mendefinisikan sensasi adalah hasil dari proses alat indera yang merubah informasi (stimuli) menjadi impuls-impuls syaraf dengan “bahasa” yang dimengerti oleh otak.

Menurut Wade dan Travis (2007) sensasi adalah proses mendeteksi energi fisik yang dipancarkan atau direfleksikan oleh objek fisik. Sensasi terjadi saat energi yang terdapat pada lingkungan eksternal atau energi pada tubuh menstimulasi reseptor-reseptor yang ada pada organ indera (Wade & Travis, 2007).

Menurut Zuckerman (1971) definisi *sensation seeking* adalah sebuah *trait* (sifat) yang ditentukan oleh kebutuhan untuk mencari sensasi dan pengalaman yang bervariasi, baru dan tidak biasa, kompleks juga intens dan keinginan untuk mengambil resiko sosial, legal dan finansial hanya untuk mendapatkan sebuah pengalaman. Istilah *sensation* digunakan untuk menunjukkan efek sensoris dari stimulus eksternal yang merupakan pendorong utama, *seeking* digunakan karena sifat ini diekspresikan dengan kegiatan yang aktif, sedangkan sifat dapat didefinisikan sebagai kecenderungan untuk berperilaku dengan cara tertentu pada banyak situasi.

Arnett (1994) menjelaskan *sensation seeking* merupakan tingkat keinginan seseorang untuk mendapatkan pengalaman yang baru dan berulang-ulang (intensif) yang dapat dirasakan secara indrawi. Gatzke-Kopp, Raine, Loeber, Stouthamer-Loeber, Steinhauer (2002) berpendapat bahwa *sensation seeking* bertujuan untuk mendapatkan kegairahan dan meningkatkan rangsangan yang optimal dan akan cenderung mencari stimulus baru dan luar biasa, bahkan mungkin saja berbahaya bagi orang lain dan yang akan menimbulkan kecemasan dan perasaan tidak menyenangkan. Ersche, Turton, Pradhan, Bullmore, dan Robbins (2010) menyatakan *sensation seeking* sebagai kebutuhan untuk mencari sensasi secara intens disertai adanya kemauan untuk mengambil resiko demi memiliki pengalaman tersebut.

Berdasarkan beberapa teori *sensation seeking* diatas, maka penelitian ini mengacu pada teori *sensation seeking* yang dikemukakan oleh Zuckerman (1971), karena teori tersebut cukup lengkap dalam membahas *sensation seeking* yang diungkapkan melalui empat dimensi *sensation seeking* dibandingkan teori lain yang hanya membahas tentang definisi *sensation seeking*.

## 2. Dimensi-dimensi *Sensation Seeking*

Menurut Zuckerman (1971), *sensation seeking* meliputi empat dimensi yaitu :

### a. *Thrill and Adventure Seeking* (TAS)

Refleksi kebutuhan individu untuk melakukan tindakan beresiko dan penuh petualangan yang menawarkan sensasi unik pada setiap individu.

Keinginan untuk terlibat dalam aktivitas fisik, beresiko tinggi dan mengandung unsur pertualangan, yang mengandung aspek kecepatan, keadaan yang berbahaya, tindakan beresiko.

b. *Experience Seeking* (ES)

Mengekspresikan pencarian individu terhadap pengalaman baru (*novel experiences*) melalui pemikiran, penginderaan, dan gaya hidup yang tidak konvensional dan tidak konform dalam berbagai hal, termasuk dalam hal musik, seni, *travel style* dan gaya hidup antikonformitas lainnya.

c. *Disinhibition* (DIS)

Merefleksikan perilaku impulsif yang *extrovert* pada individu, meliputi keinginan yang kuat (*desire*) untuk melakukan perilaku yang mengandung resiko sosial dan resiko kesehatan.

d. *Boredom Susceptibility* (BS)

Merefleksikan perilaku individu yang antipati terhadap pengalaman yang repetitif, pekerjaan yang rutin, kehadiran orang-orang yang dapat terprediksi, dan reaksi ketidakpuasan terhadap kondisi yang membosankan tersebut.

### 3. Faktor-Faktor Yang Memengaruhi *Sensation Seeking*

Menurut Zuckerman (1979) *sensation seeking* dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor berikut, yaitu :

a. Faktor biologis

Zuckerman mengindikasikan bahwa faktor biologis melalui genotipe dapat memengaruhi perilaku sifat, khususnya sifat *sensation*

*seeking*. Faktor-faktor biologis seperti *Orienting Reflex* (OR), *Average Evoked Response* (AER), hormon Gonad, dan *Monoamine Oxidase* (MAO) menjadi dasar biologis yang memunculkan *sensation seeking* pada individu. OR adalah minat dan perhatian yang dituangkan dalam bentuk perilaku dan respon fisik. AER adalah proses sentral dimana intensitas stimulus yang dirasakan ditingkatkan (*augmented*) atau berkurang. Hormon Gonad merupakan hormon yang dihasilkan oleh organ reproduksi manusia seperti hormon testosteron yang dihasilkan oleh testis pada pria dan hormon estrogen dan progesteron yang dihasilkan oleh ovarium pada wanita. MAO adalah enzim pada saraf yang cenderung dapat mengurangi reaktifitas saraf pusat, khususnya dalam sistem limbik dengan menonaktifkan monoamin norepinefrin, dopamin, dan serotonin.

Korelasi positif didapat pada faktor OR dan hormon gonad dimana pada individu yang memiliki *Orienting Reflex* (OR) yang kuat memiliki *sensation seeking* yang tinggi dan individu yang memiliki *sensation seeking* yang tinggi memiliki tingkat hormon gonad yang tinggi pula.

Terdapat korelasi negatif antara *sensation seeking* dengan faktor biologis didapat pada faktor AER dan MAO. Pengurangan *Average Evoked Response* (AER) pada rangsangan yang menimbulkan intensitas yang tinggi berhubungan dengan *sensation seeking* yang rendah sehingga pada individu yang memiliki *sensation seeking* tinggi berusaha menambah rangsangan tersebut, sedangkan pada MAO

(*monoamine oxidase*) dinyatakan bahwa individu dengan *sensation seeking* tinggi memiliki tingkat MAO yang rendah dan individu yang memiliki *sensation seeking* rendah memiliki tingkat MAO yang tinggi.

Adanya faktor biologis ini juga disebabkan oleh pengaruh genetika dari keluarga, seperti yang dijelaskan oleh Zuckerman (2005) bahwa faktor genetik diprediksi memberikan pengaruh suatu sifat. Semakin kuat hubungan kekerabatan seseorang maka semakin kuat pula pengaruh genetiknya dan hubungan antara kembar tidak identik, saudara kandung, orangtua dan anak dikatakan memberikan pengaruh genetik sebanyak 50%.

#### b. Faktor lingkungan

Lingkungan seperti keluarga dan budaya, merupakan faktor yang penting dalam membentuk kepribadian individu terutama di usia-usia awal, dimana pengaruh keluarga adalah yang paling utama. Perbedaan perlakuan dan persepsi dari orang tua terhadap anak-anaknya dapat memengaruhi individu. Perbedaan ini dapat terjadi karena adanya perbedaan reaksi masing-masing anak pada saat berinteraksi dengan orangtuanya. Salah satu anak bisa saja patuh dan berkelakuan baik sehingga dipuji dan dihargai oleh orangtua dan gurunya, sedangkan anak-anak lain menjadi nakal dan anti sosial sehingga diberi hukuman dan ditolak oleh orang tua dan individu lainnya.

Orang tua juga dapat memengaruhi perkembangan sifat anak melalui *modelling* dan *reinforcement* negatif dari pengambilan risiko

dan ketidaksesuaian yang dilakukan anak. Umumnya, anak-anak akan memberontak terhadap orang tua yang konservatif dan yang melarang mereka berperilaku yang dianggap bertentangan dengan nilai-nilai yang ditanamkan orangtua ke diri mereka. Sebaliknya, ayah yang lebih membiarkan dan sedikit mengontrol perilaku anaknya juga akan memiliki anak yang lebih bebas. Hal ini dikarenakan ayah yang lebih membiarkan perilaku bebas pada anaknya sebenarnya juga memiliki perilaku bebas pada dirinya sendiri.

Urutan kelahiran anak juga dapat memengaruhi *sensation seeking* pada individu dimana anak sulung baik laki-laki maupun perempuan memiliki *sensation seeking* yang lebih tinggi daripada anak yang dilahirkan berikutnya. Hal ini dikarenakan mereka berperilaku untuk mendapatkan kembali perhatian orangtua mereka yang hilang setelah kelahiran adik mereka.

*Sensation seeking* dipengaruhi juga oleh *modelling* dan interaksi sosial dari lingkungan, seperti keluarga, teman sebaya, lingkungan rumah dan media. Adanya pengaruh negatif dari lingkungan tersebut dapat menyebabkan perilaku antisosial semenjak usia anak-anak.

#### 4. Karakteristik *Sensation Seeker*

Menurut Zuckerman (1979) individu yang memiliki *sensation seeking* tinggi memiliki beberapa karakteristik, yaitu antusias, ceria, imajinatif, pemberani, nakal, mandiri, bersemangat, mudah berubah, tidak patuh, tidak bertanggung jawab, kurangnya kontrol diri, cenderung anti sosial, dan menyukai rutinitas yang bervariasi. Adapun individu dengan

*sensation seeking* rendah memiliki karakteristik seperti penakut, panik, sedih, putus asa, pencemas, konvensional, otoriter, memercayai mitos, kontrol diri tinggi, menyukai rutinitas yang monoton, berorientasi pada tujuan, senang bersosialisasi, dan peduli serta suka membantu orang lain.

Individu dengan *sensation seeking* tinggi juga menilai berbagai situasi kurang berisiko karena mereka hanya memiliki sedikit rasa cemas dibandingkan dengan yang memiliki *sensation seeking* rendah. Hal ini juga menjadi penyebab individu dengan *sensation seeking* tinggi terlibat dalam berbagai perilaku yang kebanyakan orang menilai cukup berisiko seperti perilaku seksual dan penggunaan obat-obatan sedangkan *sensation seeking* rendah cenderung menghindari situasi seperti itu (Zuckerman, 1979).

*Sensation seeker* pada individu ditandai dengan karakteristik penuh perhatian, memiliki banyak perencanaan, kompeten, ketidakmatangan perilaku dibawah tekanan, tidak terduga, menghadapi lingkungan yang memburuk dengan agresi, dan berinisiatif (Zuckerman, 2005). Individu *sensation seeker* juga memiliki kecemasan yang rendah, memperkirakan risiko yang rendah pada saat melakukan aktivitas meskipun tidak memiliki pengalaman sama sekali pada aktivitas tersebut, berani berkompetisi, melakukan perilaku berisiko seperti membawa kendaraan dengan kecepatan tinggi, memanjat pohon, menyukai olahraga ekstrim, mencoba rokok, alkohol, dan narkoba, dan melakukan seks bebas (Zuckerman, 2007).

## **B. *Entrepreneurship***

### **1. Pengertian *Entrepreneurship***

Istilah *entrepreneurship* di Indonesia baru dikenal pada akhir abad ke-20. Koh (1996) mendefinisikan *entrepreneurship* adalah proses untuk melakukan sesuatu yang baru (kreatif) dan mengerjakan sesuatu untuk mengkreasikan kekayaan untuk orang dan nilai tambah terhadap masyarakat. Sejalan dengan teori yang dikemukakan Hisrich (2005) *entrepreneurship* adalah proses membuat sesuatu yang baru dengan nilai dari konsumsi waktu dan daya yang diperlukan, memperkirakan keuangan, fisik, dan resiko sosial, dan mendapatkan penghargaan hasil dari moneter dan kepuasan personal dan kebebasan.

Menurut Hendro dan Chandra (2006) *entrepreneurship* adalah suatu kemampuan untuk mengelola sesuatu yang ada dalam diri seseorang untuk dimanfaatkan dan ditingkatkan agar lebih optimal sehingga bisa meningkatkan taraf hidup seseorang di masa mendatang. Sama halnya Zimmerer (2008) menjelaskan *entrepreneurship* (kewirausahaan) adalah penerapan kreativitas dan keinovasian untuk memecahkan permasalahan dan upaya memanfaatkan peluang-peluang yang dihadapi orang setiap hari.

Berdasarkan beberapa teori *entrepreneurship* diatas, maka penelitian ini mengacu pada teori *entrepreneurship* yang dikemukakan oleh Koh (1996), karena teori tersebut cukup lengkap dalam membahas *entrepreneurship* yang diungkapkan melalui enam karakteristik

*entrepreneurship* dibandingkan teori lain yang hanya membahas tentang definisi *entrepreneurship*.

## 2. Karakteristik *Entrepreneurship*

Menurut Landstrom (1998) analisis *entrepreneurship* pada sudut pandang psikologi terletak pada individu. Sudut pandang psikologi lebih menekankan pada karakteristik yang mendefinisikan *entrepreneurship* pada individu (Landstorm, 1998). Karakteristik *entrepreneurship* pada individu menurut Koh (1996) yaitu :

### a. *Need for Achievement*

Merupakan orang yang melakukan *entrepreneurship* yang didorong oleh keinginan mendapatkan prestasi dan pengakuan dari keluarga dan masyarakat. Karakteristik ini juga meningkatkan kepuasan seseorang terhadap karir *entrepreneurship*, kesiapan dalam menghadapi tantangan-tantangan menjadi *entrepreneur*, dan kebebasan dalam menentukan besarnya usaha yang dialokasikan untuk mencapai kesuksesan.

### b. *Locus of Control*

Merupakan persepsi dan kepercayaan seseorang akan kemampuannya dalam mengontrol kondisi yang akan dialami, komitmen, kreativitas dan hal-hal lain dimasa mendatang. Karakteristik ini memengaruhi keputusan seseorang untuk menjadi *entrepreneur* di masa mendatang.

### c. *Propensity to Take a Risk*

Merupakan kemampuan seseorang dalam melihat peluang dalam konteks pengambilan keputusan. Karakteristik ini meyakini bahwa

seseorang yang memiliki *propensity to take a risk* yang tinggi akan memiliki kontrol dan kemampuan dalam menghasilkan keuntungan.

d. *Tolerance for Ambiguity*

Merupakan kemampuan seseorang ketika merasakan adanya sebuah situasi yang tidak pasti dan mengelola informasi yang tersedia untuk menoleransi ketidakpastian tersebut. Individu yang memiliki toleransi ketidakpastian yang tinggi akan menganggap situasi yang tidak pasti sebagai suatu tantangan dan berusaha untuk mengatasi situasi yang tidak stabil dan situasi tak terduga dengan baik.

e. *Self Confidence*

Merupakan kemampuan seseorang yang percaya bahwa Ia mampu mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

f. *Innovativeness*

Merupakan tendensi dan kemampuan individu dalam memikirkan ide-ide bisnis baru serta mengembangkan ide tersebut untuk diaplikasikan dalam *entrepreneurship*.

3. Pentingnya *Entrepreneurship*

Ciputra (2009) mengemukakan lima alasan penting mengapa *entrepreneurship* perlu ada di negara berkembang seperti Indonesia :

a. Budaya pegawai atau pekerja

Ciputra (2009) mengemukakan fakta bahwa kebanyakan generasi muda Indonesia tidak dibesarkan dalam budaya *entrepreneur*, melainkan dalam budaya pegawai atau pekerja dan *ambtenaar* atau pegawai negeri. Mereka lahir dari kalangan pegawai negeri, petani, nelayan,

buruh, hingga pekerja serabutan. *Entrepreneurship* tidak ada dalam pendidikan keluarga, tidak mengherankan jika setelah dewasa mereka memiliki pola pikir untuk mencari kerja dan tidak dalam pola pikir yang menciptakan lapangan pekerjaan.

b. *Entrepreneurship* tidak eksis di pendidikan formal

Jika pendidikan *entrepreneurship* tidak eksis dalam pendidikan keluarga, demikian juga dalam pendidikan formal. Inspirasi dan latihan *entrepreneurship* tidak tercermin atau tidak kita lihat dalam materi ajar kebanyakan sekolah, sebagian besar pendidikan *entrepreneurship* diberikan di Balai Latihan Kerja atau *vocational education* dan program-program kemitraan dari pelaku usaha besar.

c. Terlalu banyak pencari kerja

Ciputra (2009) menegaskan bahwa sudah waktunya untuk menyampaikan fakta kepada generasi muda sejak bangku sekolah dasar bahwa saat ini kita terlalu banyak memiliki pencari kerja dan sebaliknya memiliki terlalu sedikit pencipta kerja. Bahkan sekarang kita juga semakin banyak memiliki penganggur terdidik. Sehingga dengan fakta ini kita dapat memberikan keyakinan kepada generasi muda agar dapat memikirkan pilihan menjadi *entrepreneur* secara matang dan mereka tahu bagaimana mempersiapkan diri menjadi *entrepreneur*.

d. Mendidik kemampuan menciptakan pekerjaan

Ciputra (2009) mengemukakan apabila kita tidak dapat menyediakan lapangan pekerjaan bagi generasi muda, kewajiban kita adalah mendidik dan melatih generasi muda untuk memiliki kemampuan

menciptakan lapangan pekerjaan bagi diri mereka sendiri. Mengutip pendapat dari Caroline Jenner dalam *The Next Generation Survey*, bahwa “*We cannot give them jobs, but we can ensure that they have the core skills and competences to create them*”.

e. Penciptaan kesejahteraan masyarakat lebih luas

Pertumbuhan jumlah *entrepreneur* bukan hanya akan menolong generasi muda, melainkan secara keseluruhan akan mendorong penciptaan kesejahteraan masyarakat yang lebih luas.

#### 4. Manfaat *Entrepreneurship*

Menurut Zimmerer dan Scarborough (2008) manfaat dari *entrepreneurship*, antara lain:

a. Peluang mengendalikan nasib sendiri

Memiliki atau memimpin perusahaan memiliki kebebasan dan peluang bagi *entrepreneur* untuk mencapai tujuan penting baginya. *Entrepreneur* ingin mencoba menenangkan hidup mereka dan mereka menggunakan bisnis mereka untuk mewujudkan keinginan itu.

b. Peluang melakukan perubahan

Semakin banyak *entrepreneur* yang memulai bisnis karena mereka melihat peluang untuk melakukan perubahan yang menurut mereka penting. *Entrepreneur* mempunyai cara untuk mengungkapkan wujud kepedulian terhadap masalah-masalah sosial dan mempunyai keinginan untuk menjalani kehidupan yang lebih baik.

c. Peluang untuk mencapai potensi sepenuhnya

Bagi *entrepreneur* tidak banyak perbedaan antara bekerja dan bermain, keduanya sama saja. Mereka mengetahui bahwa batasan terhadap keberhasilan mereka adalah segala hal yang ditentukan oleh kreatifitas, antusias dan visi mereka sendiri.

d. Peluang untuk meraih keuntungan tanpa batas

Walaupun uang bukan daya dorong utama bagi *entrepreneur*, keuntungan dari bisnis merupakan faktor motivasi yang penting untuk mendirikan perusahaan. Menurut penelitian dari Thomas Stanley dan William Danko (1996), kebanyakan dari *entrepreneur* mencapai dua pertiga dari jutawan Amerika, sehingga *entrepreneur* adalah termasuk orang yang makmur.

e. Peluang berperan dalam masyarakat dan mendapatkan pengakuan atas usaha

Pemilik bisnis menyukai kepercayaan dan pengakuan yang diterima dari pelanggan yang telah dilayani dengan setia. Peran penting yang dimainkan dalam lingkungan setempat serta kesadaran bahwa kerja memiliki dampak nyata dalam melancarkan fungsi ekonomi merupakan sebuah imbalan.

f. Peluang melakukan sesuatu yang disukai dan bersenang-senang dalam mengerjakannya.

Kebanyakan *entrepreneur* yang berhasil memilih dalam bisnis tertentu, sebab mereka tertarik dan menyukai pekerjaan tersebut. Mereka

membuat kegemaran mereka menjadi pekerjaan mereka dan mereka senang bahwa mereka melakukannya.

### **C. Hubungan antara *Sensation Seeking* dan *Entrepreneurship* pada *Fresh graduate* Universitas Syiah Kuala**

Menurut Zuckerman (1971), *sensation seeking* adalah sebuah *trait* (sifat) yang ditentukan oleh kebutuhan untuk mencari sensasi dan pengalaman yang bervariasi, baru dan tidak biasa, kompleks juga intens dan keinginan untuk mengambil resiko sosial, legal dan finansial hanya untuk mendapatkan sebuah pengalaman. Lebih lanjut Ersche, Turton, Pradhan, Bullmore, dan Robbins (2010) menyatakan *sensation seeking* merupakan kebutuhan untuk mencari sensasi secara intens disertai adanya kemauan untuk mengambil resiko demi memiliki pengalaman tersebut.

Seseorang dengan *sensation seeking* tinggi memiliki beberapa karakteristik, diantaranya antusias, ceria, imajinatif, pemberani, mandiri, bersemangat, dan menyukai rutinitas yang bervariasi. *Sensation seeking* tinggi juga ditandai dengan keinginan mengambil resiko tinggi dalam aktifitasnya (Zuckerman, 1979). Artinya, seseorang dengan *sensation seeking* tinggi akan cenderung mencari hal-hal baru dan penuh tantangan untuk memuaskan kebutuhannya. Membangun usaha baru merupakan suatu aktifitas yang sangat beresiko tinggi seperti dalam hal finansial dan memiliki tantangan yang variatif (Yuliana, 2012). Oleh karena itu seorang *entrepreneur* membutuhkan minat yang cukup tinggi dalam dirinya yang merupakan indikasi kesiapan seseorang untuk menampilkan perilaku tertentu dan minat dipertimbangkan sebagai anteseden langsung perilaku (Ajzen, 1991).

*Entrepreneurship* adalah proses penciptaan sesuatu yang baru pada nilai menggunakan waktu dan upaya yang diperlukan, menerima imbalan moneter yang dihasilkan, serta kepuasan dan kebebasan pribadi, menanggung resiko keuangan, fisik, serta resiko sosial yang mengiringi (Hisrich, Peters & Shepperd, 2008). Keberanian untuk mengambil risiko merupakan salah satu poin yang berasal dari dalam diri individu, yang mana ini merupakan salah satu faktor psikologis yang mengarah pada sifat *sensation seeking*, yaitu kebutuhan untuk mendapatkan pengalaman baru, sifat yang ditentukan oleh kebutuhan mencari sensasi keinginan untuk mengambil risiko sosial, legal dan finansial hanya untuk mendapatkan sebuah pengalaman.

Menurut Meredith (2002), seorang *entrepreneur* adalah individu yang haus akan tantangan. *Entrepreneur* memiliki keberanian untuk menanggung risiko, yang menjadi nilai dari *entrepreneurship* berupa pengambilan risiko yang penuh dengan perhitungan dan realistik. Kepuasan yang besar diperoleh apabila berhasil dalam melaksanakan tugas-tugasnya secara realistik. Situasi risiko kecil dan tinggi dihindari karena sumber kepuasan tidak mungkin didapat pada masing-masing situasi ini. Artinya, *entrepreneur* menyukai tantangan yang sukar namun dapat dicapai. Hasan dan Wafa (2012) lebih lanjut juga menjelaskan bahwa salah satu kunci sukses menjadi *entrepreneur* adalah memiliki kemampuan untuk mengambil risiko. Hal seperti ini dimiliki oleh orang dengan *sensation seeking* tinggi, berupa kesanggupan mencari pengalaman-pengalaman baru beserta resiko yang akan dihadapi dalam mencapai pengalaman tersebut (Ersche, Turton, Pradhan, Bullmore, dan Robbins, 2010).

Seorang *Entrepreneur* memiliki *Tolerance for ambiguity*, yaitu kemampuan individu ketika berada di situasi yang tidak pasti, maka individu tersebut mampu mengelola informasi yang tersedia untuk menoleransi ketidakpastian tersebut (Koh, 1996). Ketidakpastian yang dimaksud dapat berupa kepastian harga pasar, bahan baku, produksi, maupun kemampuan penjualan dari usaha yang dimiliki. Perubahan-perubahan yang terjadi dalam perkembangan usaha yang ditekuni oleh individu dapat dilewati dengan baik apabila individu tersebut memiliki kemampuan penyesuaian diri yang baik pula. Pada Individu yang memiliki *sensation seeking* yang tinggi, maka individu tersebut mereka hanya memiliki sedikit rasa cemas terhadap perubahan dan tantangan baru (Zuckerman, 1979). Selanjutnya, Individu dengan *sensation seeking* tinggi juga antipati terhadap pengalaman yang repetitif, pekerjaan yang rutin, dan reaksi ketidakpuasan terhadap kondisi yang membosankan tersebut (Zuckerman, 1971).

*Sensation seeking* yang tinggi pada individu ditandai dengan karakteristik penuh perhatian, memiliki banyak perencanaan, kompeten dalam hal yang ditekuni, juga memiliki inisiatif dalam melakukan sesuatu (Zuckerman, 2005). Hal ini bersesuaian dengan pendapat yang dikemukakan oleh Koh (1996), bahwa seorang *entrepreneur* memiliki Karakteristik diantaranya mampu mengontrol kondisi yang akan dialami, komitmen pada diri sendiri, mampu memikirkan ide-ide bisnis baru serta mengembangkan ide tersebut untuk diaplikasikan serta percaya bahwa Ia mampu mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

*Experience seeking* merupakan ekspresi dari pencarian individu terhadap pengalaman baru melalui pemikiran, penginderaan dan gaya hidup (Zuckerman, 1971). Individu yang kreatif dan inovatif didorong oleh keinginan mencapai sebuah pengalaman baru (*experience seeking*) yang merupakan bagian dari dimensi *sensation seeking*. Masfrandy (2015) menjelaskan, seorang *entrepreneur* dalam membangun sebuah usaha harus memiliki sifat kreatif berupa kemampuan memberikan solusi atas permasalahan dari sudut pandang yang berbeda, unik serta orisinal dan inovatif berupa kemampuan menciptakan suatu ide, gagasan, produk, atau jasa baru yang diminati pasar.

Individu yang mampu berhadapan dengan situasi yang tidak pasti didorong oleh keinginan untuk merasakan pengalaman baru yang belum pernah dirasakannya pengalaman baru tersebut menyebabkan suatu ketidakpastian (ambiguitas) pada individu. Seorang *entrepreneur* memiliki kemampuan yang mana ketika merasa situasi yang tidak pasti dan mengelola informasi yang tersedia untuk menoleransi ketidakpastian tersebut (*tolerance for ambiguity*) (Koh, 1996).

Berdasarkan pemaparan diatas, peneliti ingin mengetahui apakah *sensation seeking* dapat mempengaruhi *entrepreneurship*, dimana semakin tinggi *sensation seeking* atau rendah memengaruhi *entrepreneurship* tinggi atau *entrepreneurship* rendah. Maka dalam penelitian ini peneliti akan menguji apakah terdapat hubungan *sensation seeking* dengan *entrepreneurship* pada *fresh graduate*.

#### **D. Hipotesis**

Hipotesis yang diajukan pada penelitian ini adalah terdapat hubungan antara *sensation seeking* dengan *entrepreneurship* pada *fresh graduate* Universitas Syiah Kuala.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Identifikasi Variabel Penelitian**

1. Variabel bebas : *Sensation seeking*
2. Variabel terikat : *Entrepreneurship*

#### **B. Definisi Operasional Variabel Penelitian**

1. Variabel bebas: *Sensation seeking*

*Sensation seeking* adalah sebuah sifat yang didefinisikan sebagai kebutuhan mencari sensasi dan pengalaman yang berbeda, baru, dan kompleks, adanya kesediaan untuk mengambil risiko baik secara fisik dan sosial demi mendapatkan pengalaman tersebut (Zuckerman, 1971).

Pengukuran *sensation seeking* pada penelitian ini menggunakan *Brief Sensation Seeking Scale* (BSSS-8) yang disusun oleh Hoyle et al. (2002). Skala ini merupakan skala modifikasi dari *Sensation Seeking Scale* (SSS-V) yang disusun Zuckerman (1978). Skala ini terdiri dari 8 aitem yang mengacu pada empat dimensi *sensation seeking* yang dicetuskan oleh Zuckerman yaitu *experience seeking*, *boredom susceptibility*, *thrill and adventure seeking*, dan *disinhibition*. Semakin tinggi nilai yang diperoleh pada skala ini menunjukkan semakin tinggi sifat *sensation seeking* yang dimiliki subjek dan begitu juga sebaliknya.

2. Variabel terikat: *Entrepreneurship*

*Entrepreneurship* adalah kemampuan dalam berfikir kreatif dan berperilaku inovatif yang dijadikan sebagai dasar, sumber daya, tenaga

penggerak, tujuan siasat, kiat dan proses dalam menghadapi tantangan hidup (Koh, 1996).

Pengukuran *entrepreneurship* pada penelitian ini menggunakan skala yang disusun sendiri oleh peneliti berdasarkan definisi *entrepreneurship* dan karakteristik *entrepreneurship* yang dikemukakan oleh Koh (1996). Skala ini terdiri dari 36 aitem yang mengacu pada enam dimensi *entrepreneurship* yang dicetuskan oleh Koh (1996) yaitu *need for achievement*, *locus of control*, *propensity to take a risk*, *tolerance for ambiguity*, *self confidence* dan *innovativeness*. Semakin tinggi nilai yang diperoleh pada skala ini menunjukkan semakin tinggi *entrepreneurship* yang dimiliki subjek dan begitu juga sebaliknya.

### **C. Desain penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu pendekatan dengan data penelitian berupa angka-angka dan analisis data diolah secara statistik. Jenis penelitiannya berbentuk korelasi yaitu suatu penelitian yang bersifat mencari hubungan antara dua variabel atau lebih tanpa ada upaya untuk memengaruhi variabel tersebut sehingga tidak terdapat manipulasi variabel (Sugiyono, 2013).

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

Populasi merupakan kelompok individu yang memiliki karakteristik yang sama, sedangkan sampel adalah sub kelompok dari target populasi yang direncanakan peneliti untuk penelitiannya yang dapat digeneralisasi sesuai dengan sasaran populasi penelitian (Creswell, 2012). Populasi dalam

penelitian ini yaitu *fresh graduate* dari Universitas Syiah Kuala. Kriteria sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Lulusan dari Universitas Syiah Kuala.
2. Menyelesaikan pendidikan tinggi di Universitas Syiah Kuala tahun 2015, 2016 dan 2017.
3. Telah memiliki usaha minimal selama 6 bulan.
4. Bersedia menjadi responden penelitian.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *quota sampling*, dimana pada teknik ini peneliti melakukan pengambilan sampel dengan cara menentukan sampel dari populasi yang mempunyai ciri-ciri tertentu sampai jumlah yang diinginkan terpenuhi (Sugiyono, 2010). Teknik *quota sampling* digunakan mengingat susahnya untuk menjumpai sampel *fresh graduate* yang sudah memiliki dan menjalankan usaha minimal 6 bulan karena belum adanya data yang pasti berapa jumlah sampel keseluruhan dari populasi tersebut dan juga sudah tidak beraktifitas dikampus lagi.

Sampel penelitian dalam penelitian ini dipilih berdasarkan kriteria yang telah dibuat oleh peneliti. Jumlah sampel penelitian langsung ditentukan supaya tidak terjadi kesenjangan jumlah sampel yang dapat memengaruhi hasil penelitian. Sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah 120 sampel.

#### **E. Metode Pengumpulan Data**

1. Instrumen Alat Ukur

Alat ukur dalam penelitian ini menggunakan dua skala psikologi, yaitu:

a. Skala *Sensation Seeking*

Skala *Sensation Seeking* yang digunakan dalam penelitian ini merupakan adaptasi *Brief Sensation Seeking Scale* (BSSS-8) yang memiliki koefisien reliabilitas sebesar 0,76 (Zuckerman, 2007). Skala ini juga sudah pernah diadaptasikan oleh Sari (2016) dengan koefisien reliabilitas sebesar 0,71.

Skala BSSS-8 ini menggunakan model Skala *Likert* terdiri dari lima alternatif jawaban yang terdiri dari skor 1 untuk pilihan sangat tidak setuju, skor 2 untuk pilihan tidak setuju, skor 3 untuk pilihan netral, skor 4 untuk pilihan setuju, dan skor 5 untuk pilihan sangat setuju. Semakin tinggi skor BSSS-8 maka semakin tinggi sifat *sensation seeking* yang dimiliki subjek dan begitu juga sebaliknya.

Adapun distribusi butir pernyataan pada skala BSSS-8 dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3.1.  
*Blueprint* BSSS-8 oleh Hoyle et al. (2002).

No.	Dimensi	Nomor Butir	Jumlah Aitem	%
1.	<i>Thrill and adventure seeking</i>	1, 5	2	25%
2.	<i>Experience seeking</i>	2, 6	2	25%
3.	<i>Disinhibition</i>	3, 7	2	25%
4.	<i>Boredom susceptibility</i>	4, 8	2	25%
<b>Jumlah</b>		<b>8</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

b. Skala *Entrepreneurship*

Skala *Entrepreneurship* dirancang dan disusun oleh peneliti berdasarkan pada dimensi-dimensi yang dikemukakan oleh Koh (1996), dengan menggunakan skor penilaian modifikasi Skala *Likert* terdiri dari empat alternatif jawaban. Adapun penilaian skala dalam penilaian ini terdiri dari kelompok pernyataan *favorable* dengan pilihan jawaban dan penilaian skor, yaitu: skor 1 untuk pilihan

sangat tidak setuju, skor 2 untuk pilihan tidak setuju, skor 3 untuk pilihan setuju, skor 4 untuk pilihan sangat setuju. Sementara, kelompok pernyataan *unfavorable* dengan pilihan dan penilaian skor, yaitu: skor 4 untuk pilihan sangat tidak setuju, skor 3 untuk pilihan tidak setuju, skor 2 untuk pilihan setuju, skor 1 untuk pilihan sangat setuju. Perolehan skor yang semakin tinggi maka semakin tinggi *entrepreneurship* yang dimiliki subjek dan begitu juga sebaliknya.

Adapun distribusi butir pernyataan pada skala *entrepreneurship* dapat dilihat dari tabel di bawah ini:

Tabel 3.2.  
*Blueprint Skala Entrepreneurship (2007)*

No.	Dimensi	Favorable	Unfavorable	Jumlah Aitem	%
1.	<i>need for achievement</i>	1, 13, 25	7, 19, 31	6	16,7
2.	<i>locus of control</i>	2, 14, 26	8, 20, 32	6	16,7
3.	<i>propensity to take a risk</i>	3, 15, 27	9, 21, 33	6	16,7
4.	<i>tolerance for ambiguity</i>	4, 16, 28	10, 22, 34	6	16,7
5.	<i>Self confidence</i>	5, 17, 29	11, 23, 35	6	16,7
6.	<i>Innovativeness</i>	6, 18, 30	12, 24, 36	6	16,7
<b>Jumlah</b>		<b>18</b>	<b>18</b>	<b>36</b>	<b>100%</b>

## 2. Prosedur Penelitian

### a. Persiapan Alat Ukur Penelitian

Tahapan pertama dalam pelaksanaan penelitian yaitu mempersiapkan alat ukur untuk pengumpulan data penelitian. Dalam penelitian ini data dikumpulkan dengan menggunakan dua skala psikologi yaitu, Skala *Sensation Seeking* dan Skala *Entrepreneurship*.

Skala *Sensation Seeking* diadaptasi dari *Brief Sensation Seeking Scale* (BSSS-8) dengan versi 8 butir pernyataan. Skala *Brief Sensation Seeking Scale* (BSSS-8) merupakan alat ukur yang disusun dalam

Bahasa Inggris, dikarenakan perbedaan bahasa, yaitu sampel penelitian yang menggunakan Bahasa Indonesia, maka skala perlu diterjemahkan terlebih dahulu dalam versi Bahasa Indonesia setiap butir pernyataannya. Kemudian dilakukan penerjemahan kembali ke dalam versi Bahasa Inggris untuk melihat keakuratan dan kejelasan butir pernyataan dari skala tersebut.

Selanjutnya, kedua skala tersebut divalidasi melalui tahapan *expert review* yang bertujuan untuk melihat kesesuaian pernyataan dengan konstruk, relevansi, tingkat kepentingan, kejelasan dan bias, sehingga pernyataan-pernyataan yang dikembangkan dalam skala sesuai dengan variabel atau konstruk psikologis yang diukur. Proses *expert review* melibatkan tiga orang *reviewer* dengan kualifikasi: telah lulus strata 2 (S2) yang memiliki latar belakang di bidang psikologi industri dan organisasi sehingga dianggap cukup berkompeten di bidang yang akan diteliti.

*Expert review* dilakukan pertama sekali masih terdapat beberapa butir pernyataan yang perlu diperbaiki sehingga peneliti melakukan perbaikan dan melakukan *expert review* selanjutnya. Berdasarkan hasil *expert review*, maka diperoleh 8 butir pernyataan pada Skala *Sensation Seeking* dan 36 butir pernyataan pada skala *Entrepreneurship* untuk proses uji coba (*try out*).

#### b. Persiapan Administrasi

Persiapan administrasi yang dilakukan adalah dengan melakukan pembuatan surat keterangan sedang melakukan pengambilan data untuk

penelitian dari Program Studi Psikologi Fakultas Kedokteran Universitas Syiah Kuala yang ditujukan untuk diperlihatkan kepada sampel penelitian ketika mengambil data penelitian.

c. Pelaksanaan Uji Coba (*Try Out*) Alat Ukur

Proses uji coba (*try out*) dilakukan kepada 35 orang subjek pada tanggal 2 April 2017 sampai dengan tanggal 8 April 2017 pada *fresh graduate* Universitas Syiah Kuala yang ditemui pada *Cocomix Cafe*, dan beberapa warung kopi lainnya. Setiap subjek uji coba (*try out*) mengisi dan menjawab dua skala yang berjumlah 44 butir pernyataan, yang terdiri dari 8 butir pernyataan skala *sensation seeking* dan 36 butir pernyataan skala *entrepreneurship*.

Berdasarkan hasil uji coba (*try out*), didapatkan beberapa butir pernyataan pada skala *entrepreneurship* yang memiliki indeks daya beda butir pernyataan  $< 0,25$ . Oleh karena itu, peneliti menggugurkan butir pernyataan yang berada dibawah indeks daya beda tersebut.

d. Proses Pelaksanaan Penelitian

Pengambilan data penelitian dilakukan di beberapa tempat di Banda Aceh, seperti *Cocomix Coffee Ice Cream and Food*, *BMW Kupi*, *Cut En Coffee*, *CV. Ahli Mandiri*, *AWB Cinema Production*, *Shaquella Store*, *Brother Coffee*, *PT. Alas Putra*, *Secude Street Food*, *Sahabat Motor*, *Istanbul PS3*, *Zuppa Soup Boss*, *Fix Design*, *Serikat Maju*, Restoran dan tempat usaha lainnya sekitaran Banda Aceh dan Aceh Besar, Perpustakaan Wilayah dan Perpustakaan Universitas Syiah Kuala yaitu sejak tanggal 19 April 2017 sampai dengan tanggal 21 Mei

2017. Pada saat pengumpulan data penelitian ini, peneliti dibantu oleh beberapa teman yang memberikan informasi mengenai sampel penelitian yang sesuai dengan kriteria. Peneliti menipiskan skala dikarenakan sulit menemui sampel penelitian.

Peneliti mengambil skala yang sudah terisi pada beberapa teman yang membantu peneliti dalam proses penelitian berlangsung sejak tanggal 19 April 2017 sampai dengan tanggal 21 Mei 2017. Skala yang disebar sebanyak 150 dan jumlah skala yang kembali 130. Namun, peneliti hanya menggunakan 120 skala, sedangkan sisanya merupakan skala yang rusak dan tidak dapat digunakan.

## **F. Validitas dan Reliabilitas**

### **1. Uji Validitas**

*American Educational Research Association* atau disingkat AERA (2003) menyatakan uji validitas sebagai sejauh mana bukti dan teori mendukung interpretasi dari nilai tes yang diperlukan sesuai dengan tujuan penggunaan tes. Validitas merupakan pertimbangan yang paling mendasar dalam mengembangkan dan mengevaluasi tes. Pertimbangan profesional dapat dijadikan panduan untuk memutuskan mengenai bentuk-bentuk khusus dari bukti yang paling dapat mendukung interpretasi dan penggunaan tes yang dimaksudkan.

#### **a. Skala *Sensation Seeking***

Hoyle et al. (2002) juga telah melakukan beberapa uji validitas pada *Brief Sensation Seeking Scale* (BSSS-8). Hoyle et al. (2002) melakukan validitas isi dengan menganalisis beberapa item dari *Sensation Seeking*

*Scale* (SSS-V) yang dianalisis oleh beberapa peneliti untuk kemudian dapat dijadikan item untuk BSSS-8 yaitu item-item yang dapat digunakan pada dewasa. Hasil dari analisis tersebut terdapat 8 item untuk mengukur *sensation seeking* dimana masing-masing dimensi terdiri dari 2 item. Selanjutnya, Hoyle et al. (2002) melakukan analisis faktor untuk mengevaluasi validitas struktural dari 8 item BSSS-8 tersebut. Uji analisis faktor penegasan (*confirmatory factor analysis*) menggunakan *single-factor model* dan *lagrange multiplier test*. Hasil uji *single-factor model* didapatkan indeks kecocokan komparative (CFI) sebesar 0,93 dan *root mean square error of approximation* (RMSEA) sebesar 0,069 dan uji *lagrange multiplier test* didapatkan CFI sebesar 0,98 dan RMSEA sebesar 0,042. Hal ini menunjukkan bahwa model memiliki kecocokan yang baik yang berarti item-item dari BSSS-8 dapat mewakili konstruk *sensation seeking*.

b. Skala *Entrepreneurship*

Uji validitas untuk skala *Entrepreneurship* merupakan alat ukur yang dibuat sendiri oleh peneliti yang semestinya akan dinilai oleh beberapa pakar psikologi (minimal lulusan S2) yang memiliki latar belakang di bidang psikologi industri dan organisasi sehingga dianggap cukup berkompeten di bidang yang akan diteliti melalui proses *expert review*.

2. Uji Reliabilitas

Menurut AERA (2003) uji reliabilitas mengacu pada konsistensi pengukuran ketika dilakukan uji ulang tes dengan prosedur yang sama pada sebuah populasi individu atau kelompok, meskipun tidak ada uji

ulang dengan hasil yang benar-benar konsisten. Dalam beberapa kasus, karena subjektivitas dalam proses penilaian tes, skor yang diperoleh individu dan skor rata-rata kelompok akan selalu mencerminkan setidaknya sejumlah kecil kesalahan pengukuran. Informasi tentang kesalahan pengukuran diperlukan untuk evaluasi yang tepat dan penggunaan alat tes. Reliabilitas dari skala BSSS-8 telah teruji sebesar 0.76 (Hoyle et al., 2002) sedangkan reliabilitas dari skala *entrepreneurship* akan diukur dengan metode estimasi penyajian tunggal (*internal consistency reliability*) menggunakan teknik koefisien *Alpha Cronbach* dengan program SPSS Versi 20.00.

Masing-masing skala dianalisis indeks daya beda setiap butir pernyataan dan reliabilitasnya. Berikut hasil indeks daya beda butir pernyataan dan reliabilitas skala yang diuji cobakan:

a. Indeks Daya Beda Butir Pernyataan Skala Penelitian

1. Skala *Sensation Seeking*

Skala *Sensation Seeking* terdiri 8 butir pernyataan. Hasil analisis dari uji coba (*try out*) menunjukkan indeks daya beda butir pernyataan skala *sensation seeking* berkisar 0,391 hingga 0,748. Indeks daya beda butir pernyataan menggunakan nilai standar > 0,30. Nilai standar tersebut dianggap cukup baik dan digunakan karena mempertimbangkan jumlah butir pernyataan yang diinginkan dalam penelitian dapat tercapai (Azwar, 2013).

Hasil uji coba (*try out*) skala *sensation seeking* dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.3.

Indeks Daya Beda Butir Pernyataan Skala BSSS-8 oleh Hoyle et al. (2002). Uji Coba (*Try Out*)

No.	Dimensi	Nomor Butir	Jumlah Butir yang Diterima
1.	<i>Thrill and adventure seeking</i>	1, 5	2
2.	<i>Experience seeking</i>	2, 6	2
3.	<i>Disinhibition</i>	3, 7	2
4.	<i>Boredom susceptibility</i>	4, 8	2
<b>Jumlah</b>		<b>8</b>	<b>8</b>

Keterangan :

1. Angka yang **ditebalkan** merupakan butir pernyataan yang gugur ( $r_{ix} \leq 0,30$ )

2. Angka yang tidak **ditebalkan** merupakan butir pernyataan yang diterima ( $r_{ix} \geq 0,30$ )

Penyusunan nomor butir pernyataan selanjutnya yang digunakan dalam penelitian sama dengan penyusunan nomor butir pernyataan pada tabel diatas.

## 2. Skala *Entrepreneurship*

Skala *Entrepreneurship* terdiri 36 butir pernyataan. Hasil analisis dari uji coba (*try out*) menunjukkan indeks daya beda butir pernyataan Skala *Entrepreneurship* berkisar 0,003 hingga 0,689. Indeks daya beda butir pernyataan menggunakan nilai standar > 0,25. Nilai standar tersebut dianggap cukup baik dan digunakan karena mempertimbangkan jumlah butir pernyataan yang diinginkan dalam penelitian dapat tercapai (Azwar, 2013).

Hasil uji coba (*try out*) Skala *Entrepreneurship* dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.4.

Indeks Daya Beda Butir Pernyataan Skala *Entrepreneurship* Uji Coba (*Try Out*)

No.	Dimensi	Favorable	Unfavorable	Jumlah Butir yang Diterima
1.	<i>Need for achievement</i>	1, 13, 25	7, 19, 31	3
2.	<i>Locus of control</i>	2, 14, 26	8, 20, 32	4
3.	<i>Propensity to take a risk</i>	3, 15, 27	9, 21, 33	4
4.	<i>Tolerance for ambiguity</i>	4, 16, 28	10, 22, 34	4
5.	<i>Self confidence</i>	5, 17, 29	11, 23, 35	4
6.	<i>Innovativeness</i>	6, 18, 30	12, 24, 36	5
<b>Jumlah</b>		<b>18</b>	<b>18</b>	<b>24</b>

Keterangan :

1. Angka yang **ditebalkan** merupakan butir pernyataan yang gugur ( $r_{ix} \leq 0,25$ )
2. Angka yang tidak **ditebalkan** merupakan butir pernyataan yang diterima ( $r_{ix} \geq 0,25$ )

Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa terdapat 12 butir pernyataan yang gugur dan 24 butir pernyataan yang diterima sesuai dengan nilai standar yang ditentukan, yaitu  $\geq 0,25$ . Seluruh butir pernyataan yang memiliki indeks daya beda  $\geq 0,25$  digunakan dalam skala penelitian karena masing-masing kriteria terwakili oleh beberapa butir pernyataan. Azwar (2013) menyatakan bahwa hasil analisis yang menunjukkan butir pernyataan dengan indeks daya beda sesuai dengan nilai standar dapat ditetapkan sebagai butir pernyataan final tanpa perlu mempermasalahkan komposisi jumlah butir pernyataan dalam setiap aspeknya jika masing-masing aspek tidak mempunyai tujuan ukur dan peranan yang berbeda secara spesifik.

Butir pernyataan tersebut selanjutnya dipakai dalam penelitian yang disusun kembali dengan nomor urut baru. Berikut distribusi butir pernyataan hasil uji coba (*try out*) dan butir pernyataan nomor urut baru untuk penelitian.

Tabel 3.5.  
Distribusi Butir Pernyataan Skala *Entrepreneurship*

No.	Dimensi	Favorable	Unfavorable	Jumlah Aitem	%
1.	<i>Need for achievement</i>	1, 13	7	3	12,5
2.	<i>Locus of control</i>	2,14	8, 18	4	16,7
3.	<i>Propensity to take a risk</i>	3,15	9, 19	4	16,7
4.	<i>Tolerance for ambiguity</i>	4, 16	10, 20	4	16,7
5.	<i>Self confidence</i>	5	11, 21, 23	4	16,7
6.	<i>Innovativeness</i>	6, 17	12, 22, 24	5	20,8
	<b>Jumlah</b>	<b>11</b>	<b>13</b>	<b>24</b>	<b>100%</b>

## b. Reliabilitas Skala Penelitian

### 1. Skala *Sensation Seeking*

Berdasarkan hasil uji coba (*try out*), Skala *Sensation Seeking* yang berjumlah 8 butir pernyataan menunjukkan nilai koefisien reliabilitas *alpha cronbach* sebesar 0,812. Adapun koefisien reliabilitas pada penelitian menunjukkan nilai koefisien reliabilitas *alpha cronbach* sebesar 0,845. Berdasarkan kedua nilai koefisien reliabilitas pada saat uji coba (*try out*) dan penelitian, maka reliabilitas Skala *Sensation Seeking* tergolong baik dan reliabel. Hal ini didukung oleh pernyataan Azwar (2013) yang menyatakan bahwa koefisien reliabilitas yang semakin mendekati angka 1,00 berarti semakin tinggi reliabilitasnya, sehingga nilai reliabilitas pada Skala *Sensation Seeking* ini dinilai merupakan alat ukur yang reliabel.

### 2. Skala *Entrepreneurship*

Berdasarkan hasil uji coba (*try out*), Skala *Entrepreneurship* yang berjumlah 36 butir pernyataan menunjukkan nilai koefisien reliabilitas *alpha cronbach* sebesar 0,826. Akan tetapi setelah melihat indeks daya beda butir pernyataan yang ditetapkan yaitu  $\geq 0,25$ , terdapat 24 butir yang memenuhi nilai standar tersebut dengan nilai koefisien reliabilitas *alpha cronbach* sebesar 0,879. Adapun koefisien reliabilitas pada penelitian menunjukkan nilai koefisien reliabilitas *alpha cronbach* sebesar 0,940. Berdasarkan kedua nilai koefisien reliabilitas pada saat uji coba (*try out*) dan penelitian, maka reliabilitas Skala *Entrepreneurship* tergolong baik dan reliabel. Hal

ini didukung oleh pernyataan Azwar (2013) yang menyatakan bahwa koefisien reliabilitas yang semakin mendekati angka 1,00 berarti semakin tinggi reliabilitasnya, sehingga nilai reliabilitas pada Skala *Entrepreneurship* ini dinilai merupakan alat ukur yang reliabel.

## **G. Analisis Data**

Pengolahan data penelitian yang sudah diperoleh dimaksudkan sebagai suatu cara mengorganisasikan data sedemikian rupa sehingga dapat dibaca dan dapat di tafsirkan (Azwar, 2013). Data yang telah dikumpulkan akan ditabulasi dan kemudian diolah dengan bantuan *Statistical Product and Service Solution* (SPSS). Pengolahan data penelitian ini meliputi uji asumsi yang terdiri dari:

### **1. Uji Asumsi**

Uji asumsi merupakan syarat yang harus dipenuhi sebelum melakukan uji hipotesis. Uji asumsi meliputi uji normalitas dan uji linearitas (Azwar, 2013).

#### **a. Uji Normalitas**

Uji normalitas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah distribusi variabel dalam penelitian ini normal atau tidak dengan menggunakan teknik statistik, yakni *One Sample Kolmogorov Smirnov* dari program *Statistical Product And Service Solution* (SPSS) versi 20.00. Data dinyatakan berdistribusi normal jika  $p > 0,05$  (Azwar, 2013).

### b. Uji Linieritas

Uji ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah sebuah garis lurus dapat ditarik dari sebaran data variabel-variabel penelitian. Pengujian linieritas menggunakan teknik *test for linearity* dengan taraf signifikansi 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang dapat ditarik garis lurus bila nilai signifikansi pada *linearity* kurang dari 0,05 (Priyatno, 2011).

## 2. Uji Hipotesis

Setelah asumsi normalitas dan linieritas terpenuhi, maka dilakukan analisis data untuk menguji hipotesis penelitian. Untuk menguji hipotesis yang diajukan, teknik analisis yang digunakan tergantung pada distribusi data baik menggunakan parametrik ataupun nonparametrik. Apabila data berdistribusi normal maka analisis data yang digunakan adalah teknik parametrik, yaitu *Product Moment Correlation Pearson*, namun apabila data tidak berdistribusi normal maka analisis data yang digunakan adalah teknik nonparametrik, yaitu *Spearman*. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan bantuan program *Statistical Product And Service Solution* (SPSS) versi 20.00.

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### A. Deskripsi Subjek Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Banda Aceh dengan jumlah keseluruhan sampel dalam penelitian ini adalah 120 *fresh graduate* yang terdiri dari beberapa fakultas di Universitas Syiah Kuala. Data demografi sampel penelitian yang diperoleh dalam penelitian dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.1  
Data Demografi Sampel Penelitian

No.	Deskripsi Sampel	Kategori	Jumlah	Persentase	Total
1.	Jenis Kelamin	Laki-laki	72	60*	100%
		Perempuan	48	40	
2.	Tahun Lulusan	2015	33	27,5	100%
		2016	74	61,7*	
		2017	13	10,8	
3.	Fakultas	Ekonomi dan Bisnis	51	42,5*	100%
		Ilmu Sosial dan Politik	4	3,3	
		Hukum	11	9,2	
		Kedokteran	23	19,2	
		Kedokteran Gigi	1	0,8	
		Keperawatan	0	0	
		Kedokteran Hewan	1	0,8	
		Keguruan dan Ilmu Pendidikan	7	5,8	
		Kelautan dan Perikanan	1	0,8	
		Matematikan dan Ilmu Pengetahuan Alam	3	2,5	
		Pertanian	7	5,8	
		Teknik	11	9,2	
		4.	Jenis Usaha	Dagang	
Jasa / Layanan	32			26,6	
Karya / Produsen	11			9,2	
Keahlian	16			13,3	
Kuliner	2			1,7	
5.	Sumber Dana Usaha	Kerjasama	32	26,6	100%
		Pinjaman / Kredit	5	4,2	
		Sendiri / Pribadi	77	64,1*	

		Kemitraan	6	5	
6.	Lama Usaha Berjalan	1 - 12 Bulan	40	33,3	100%
		13 - 24 Bulan	54	45*	
		25 - 36 Bulan	26	21,6	

\*Menunjukkan nilai tertinggi

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa jumlah sampel penelitian berjenis kelamin laki-laki sebanyak 60% dan perempuan sebanyak 40%. Berdasarkan tahun kelulusan, sampel penelitian paling banyak dari tahun lulusan 2016 yaitu sebanyak 61,7% sedangkan tahun lulusan 2017 sebanyak 10,8%. Berdasarkan sumber dana usaha, sampel penelitian paling banyak dari sendiri/pribadi yaitu sebanyak 64,1% sedangkan sumber dana usaha dari kerjasama yaitu sebanyak 26,6%.

## B. Hasil Penelitian

### 1. Hasil Uji Asumsi

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas yang dilakukan pada 120 sampel penelitian menggunakan uji *Kolmogrov-Sminorv Goodness Of Fit Test* maka diperoleh hasil pada variabel *sensation seeking* yaitu  $K-S Z = 0,879$   $p = 0,423$  dan pada variabel *entrepreneurship* diperoleh nilai  $K-S Z = 1,263$   $p = 0,082$  yang artinya kedua variabel tersebut berdistribusi normal.

#### b. Uji Linearitas

Hasil uji linearitas yang dilakukan dari 120 sampel penelitian melalui *ANOVA test for linearity* menunjukkan nilai signifikansi pada linearitas sebesar 0,000. Nilai signifikansi 0,000 tersebut merupakan nilai yang

kurang dari 0,05 ( $p = 0,000 < 0,05$ ). Hal tersebut memperlihatkan hubungan yang linear antara variabel *sensation seeking* dan *entrepreneurship* pada *fresh graduate* Universitas Syiah Kuala.

## 2. Hasil Uji Hipotesis

Setelah terpenuhinya uji asumsi, maka langkah selanjutnya adalah uji hipotesis dengan menggunakan analisis korelasi *Product Moment Correlation Pearson* dikarenakan kedua data variabel penelitian ini berdistribusi normal dan linear. Metode ini digunakan untuk menganalisis hubungan antara *sensation seeking* dengan *entrepreneurship* pada *fresh graduate* Universitas Syiah Kuala. Hasil analisis menunjukkan nilai signifikansi pada penelitian ini adalah  $p = 0,000$  ( $p < 0,05$ ). Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis penelitian ini diterima yaitu ada hubungan antara *sensation seeking* dengan *entrepreneurship* pada *fresh graduate* Universitas Syiah Kuala.

Hasil analisis penelitian ini juga menunjukkan koefisien korelasi sebesar  $r_{hitung} = 0,714$ . Koefisien korelasi sebesar 0,714 merupakan korelasi positif yang artinya terdapat hubungan yang positif antara *sensation seeking* dan *entrepreneurship*. Hubungan tersebut mengartikan bahwa semakin tinggi *sensation seeking* maka semakin tinggi pula *entrepreneurship* yang dimiliki *fresh graduate* Universitas Syiah Kuala.

Selain itu, hasil analisis pada penelitian ini juga menunjukkan sumbangan efektif dari kedua variabel yang dilihat dari analisis *measures of association*. Hasil analisis tersebut menunjukkan nilai R Square ( $R^2$ ) = 0,510

yang artinya terdapat 51% pengaruh *sensation seeking* terhadap *entrepreneurship*, sementara 49% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

### 3. Analisa Deskriptif

#### a. Deskripsi Sampel Penelitian dan Analisa Hasil Penelitian

Tabel 4.2  
Analisa Hasil Penelitian Berdasarkan Dimensi-dimensi *Sensation Seeking*

No.	Aspek	Kategori (%)			Total
		Tinggi	Sedang	Rendah	
1.	<i>Thrill and adventure seeking</i>	48,4	41,6	10	100 %
2.	<i>Experience seeking</i>	58,4*	35	6,6	100 %
3.	<i>Disinhibition</i>	50	38,4	11,6	100 %
4.	<i>Boredom susceptibility</i>	49,2	40,8	10	100 %

\*Menunjukkan nilai tertinggi

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa *fresh graduate* memiliki skor paling tinggi pada dimensi *experience seeking* yaitu dengan persentase 58,4% sedangkan *fresh graduate* yang memiliki skor paling rendah yaitu pada dimensi *thrill and adventure seeking* dan dimensi *boredom susceptibility* dengan persentase masing-masing sebanyak 10%.

Tabel 4.3  
Analisa Hasil Penelitian Berdasarkan Kategori-kategori *Entrepreneurship*

No.	Aspek	Kategori (%)	
		Tinggi	Rendah
1.	<i>Need for achievement</i>	65,8*	3,3
2.	<i>Locus of control</i>	56,6	2,5
3.	<i>Propensity to take a risk</i>	55,8	0,8
4.	<i>Tolerance for ambiguity</i>	57,5	1,6
5.	<i>Self confidence</i>	60	2,5
6.	<i>Innovativeness</i>	59,1	1,6

\*Menunjukkan nilai tertinggi

Tabel diatas menunjukkan bahwa pada variabel *entrepreneurship*, *fresh graduate* yang memiliki skor tertinggi yaitu pada kategori *need for achievement* dengan persentasenya sebanyak 65,8%, sedangkan *fresh*

*graduate* yang memiliki skor terendah yaitu pada kategori *propensity to take a risk* yaitu sebanyak 0,8%.

Tabel 4.4  
Analisa Hasil Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Skala				
		Sensation Seeking (%)			Entrepreneurship (%)	
		Tinggi	Sedang	Rendah	Tinggi	Rendah
1.	Laki-laki	34,2*	22,5	3,3	31,6*	1,6
2.	Perempuan	24,2	14,2	1,6	20,8	0,8

\*Menunjukkan nilai tertinggi

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan persentase *sensation seeking* laki-laki lebih tinggi dari pada perempuan yaitu dengan selisih 10%. Begitu juga dengan variabel *entrepreneurship*, persentase laki-laki dengan *entrepreneurship* tinggi lebih banyak 10,8% daripada perempuan.

Tabel 4.5  
Analisa Hasil Penelitian Berdasarkan Fakultas

No.	Fakultas	Skala				
		Sensation Seeking (%)			Entrepreneurship (%)	
		Tinggi	Sedang	Rendah	Tinggi	Rendah
1.	Ekonomi dan Bisnis	27,5*	12,5	2,5	20,8*	0,8
2.	Ilmu Sosial dan Politik	1,6	1,6	-	1,6	-
3.	Hukum	4,2	3,3	1,6	5,8	-
4.	Kedokteran	10,8	7,5	0,8	10	0,8
5.	Kedokteran Gigi	-	0,8	-	-	-
6.	Keperawatan	-	-	-	-	-
7.	Kedokteran Hewan	0,8	-	-	0,8	-
8.	Keguruan dan Ilmu Pendidikan	5	0,8	0,8	4,1	-

9.	Kelautan dan Perikanan	0,8	-	-	0,8	-
10.	Matematikan dan Ilmu Pengetahuan Alam	1,6	0,8	-	1,6	-
11.	Pertanian	2,5	3,3	-	3,3	-
12.	Teknik	4,2	5	-	3,3	0,8

\*Menunjukkan nilai tertinggi

Tabel di atas menunjukkan bahwa persentase skor *sensation seeking* tinggi paling banyak pada *fresh graduate* yang berasal dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Hal yang sama juga terjadi pada variabel *entrepreneurship*.

Tabel 4.6

Analisa Hasil Penelitian Berdasarkan Sumber Dana Modal Usaha

No.	Sumber Dana Modal Usaha	Skala				
		Sensation Seeking (%)			Entrepreneurship (%)	
		Tinggi	Sedang	Rendah	Tinggi	Rendah
1.	Kerjasama	15	9,2	2,5	11,6	1,6
2.	Pinjaman / Kredit	4,1	-	-	3,3	-
3.	Sendiri / Pribadi	35*	26,6	3,3	33,3*	0,8
4.	Kemitraan	4,1	0,8	-	4,1	-

\*Menunjukkan nilai tertinggi

Dari tabel di atas terlihat bahwa kelompok yang mempunyai sumber dana/modal usaha sendiri/pribadi memiliki persentase *sensation seeking* tinggi yang paling banyak. Hal yang sama juga terdapat pada *entrepreneurship* dengan sumber dana/modal usaha sendiri/pribadi memiliki persentase skor tinggi yang paling banyak.

Tabel 4.7  
Analisa Hasil Penelitian Berdasarkan Lama Usaha/Bisnis Berjalan

No.	Lama Usaha/Bisnis Berjalan	Skala				
		Sensation Seeking (%)			Entrepreneurship (%)	
		Tinggi	Sedang	Rendah	Tinggi	Rendah
1.	1 - 12 Bulan	10	12,5	2,5	16,6	1,6
2.	13 - 24 Bulan	20,8*	16,6	1,6	27,5*	0,8
3.	24 - 36 Bulan	10	7,5	0,8	8,3	-

\*Menunjukkan nilai tertinggi

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa *fresh graduate* yang memiliki skor tinggi pada variabel *sensation seeking* dengan persentase sebanyak 20,8% adalah *fresh graduate* yang telah membuka bisnis atau usaha yaitu dalam rentang 13-24 bulan, sedangkan *fresh graduate* yang memiliki skor rendah pada variabel *sensation seeking* dengan persentase sebanyak 0,8% adalah *fresh graduate* yang telah membuka bisnis atau usaha yaitu dalam rentang 24-36 bulan. Begitu pula dengan variabel *entrepreneurship*, yaitu *fresh graduate* yang memiliki skor tinggi pada variabel *entrepreneurship* dengan persentase sebanyak 27,5% adalah *fresh graduate* yang telah membuka bisnis atau usaha yaitu dalam rentang 13-24 bulan. Sama halnya dengan *fresh graduate* yang memiliki skor rendah pada variabel *entrepreneurship* dengan persentase sebanyak 0,8% adalah *fresh graduate* yang telah membuka bisnis atau usaha yaitu dalam rentang 13-24 bulan.

#### b. Deskripsi Data *Sensation Seeking*

Analisis secara deskriptif dilakukan untuk melihat deskripsi data hipotetik (yang mungkin terjadi) dan empiris (berdasarkan kenyataan di

lapangan) dari variabel *sensation seeking*. Deskripsi data hasil penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel 4.8  
Deskripsi Data Penelitian Skala *Sensation Seeking*

Variabel	Data Hipotetik				Data Empirik			
	Xmaks	Xmin	Mean	SD	Xmaks	Xmin	Mean	SD
<i>Sensation Seeking</i>	40	8	24	8	40	11	29,05	6,398

Keterangan Rumus Skor Hipotetik :

1. Skor minimal (Xmin) adalah hasil perkalian jumlah butir skala dengan nilai terendah dari pembobotan pilihan jawaban.
2. Skor maksimal (Xmaks) adalah hasil perkalian jumlah butir skala dengan nilai tertinggi dari pembobotan pilihan jawaban.
3. Mean ( $\mu$ ) dengan rumus  $\mu = (\text{skor max} + \text{skor min}) / 2$
4. Standar deviasi ( $\sigma$ ) dengan rumus  $\sigma = (\text{skor max} + \text{skor min}) / 6$

Berdasarkan hasil statistik data penelitian, analisis deskriptif secara hipotetik menunjukkan bahwa jawaban minimal adalah 8, maksimal 40, nilai rerata 24, dan simpangan baku 8. Sementara data empirik menunjukkan jawaban minimal adalah 11, maksimal 40, nilai rerata 29,05, dan simpangan baku 6,398.

Pembagian kategori sampel yang digunakan peneliti adalah kategorisasi berdasar model distribusi normal dengan kategorisasi jenjang (ordinal). Menurut Azwar (2013) kategorisasi jenjang (ordinal) merupakan kategorisasi yang menempatkan individu ke dalam kelompok-kelompok yang posisinya berjenjang menurut suatu kontinum berdasar atribut yang diukur. Lebih lanjut Azwar menjelaskan bahwa cara pengkategorian ini akan diperoleh dengan membuat kategori skor subjek berdasarkan besarnya satuan deviasi standar populasi ( $\sigma$ ). Kategorisasi ini bersifat relatif, maka luasnya interval yang mencakup setiap kategori yang diinginkan dapat

ditetapkan secara subjektif selama penetapan itu berada dalam batas kewajaran. Deskripsi data hasil penelitian tersebut dapat dijadikan batasan dalam pengkategorian sampel penelitian yang terdiri dari tiga kategori, yaitu rendah, sedang dan tinggi.

Tabel 4.9  
Norma Kategorisasi Responden Penelitian

Rumus Norma Kategori	Kategori
$X < (\mu - 1,0 \sigma)$	Rendah
$(\mu - 1,0 \sigma) \leq X < (\mu + 1,0 \sigma)$	Sedang
$(\mu + 1,0 \sigma) \leq X$	Tinggi

Keterangan :

- $\mu$  = Mean hipotetik pada skala
- $\sigma$  = Standar deviasi
- X = Rentang butir pernyataan

Berdasarkan pada norma yang disusun tersebut, peneliti melakukan kategorisasi skor tiap-tiap responden penelitian pada masing-masing variabel penelitian. Hasil kategorisasi tersebut dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.10  
Kategorisasi *Sensation Seeking*

Skor	Kategori	Jumlah	Persentase
$X < 19$	Rendah	6	4,9
$19 \leq X < 29$	Sedang	44	33,7
$29 \leq X$	Tinggi	70	58,4

Hasil kategorisasi *sensation seeking* menunjukkan bahwa mayoritas *fresh graduate* dari Universitas Syiah Kuala memiliki tingkat *sensation seeking* pada kategori tinggi yaitu sebanyak 58,4%, sedangkan sisanya berada pada kategori sedang sebanyak 36,7% dan kategori rendah sebanyak 4,9%.

c. Deskripsi Data *Entrepreneurship*

Analisis secara deskriptif dilakukan untuk melihat deskripsi data hipotetik (yang mungkin terjadi) dan empiris (berdasarkan kenyataan dilapangan) dari variabel *Entrepreneurship*. Deskripsi data hasil penelitian adalah sebagai berikut :

Tabel 4.11

Deskripsi Data Penelitian Skala *Entrepreneurship*

Variabel	Data Hipotetik				Data Empirik			
	Xmaks	Xmin	Mean	SD	Xmaks	Xmin	Mean	SD
<i>Entrepreneurs hip</i>	96	24	60	20	93	40	71,87	12,35

Keterangan Rumus Skor Hipotetik :

1. Skor minimal (Xmin) adalah hasil perkalian jumlah butir skala dengan nilai terendah dari pembobotan pilihan jawaban.
2. Skor maksimal (Xmaks) adalah hasil perkalian jumlah butir skala dengan nilai tertinggi dari pembobotan pilihan jawaban.
3. Mean ( $\mu$ ) dengan rumus  $\mu = (\text{skor max} + \text{skor min}) / 2$
4. Standar deviasi ( $\sigma$ ) dengan rumus  $\sigma = (\text{skor max} + \text{skor min}) / 6$

Berdasarkan hasil statistik data penelitian, analisis deskriptif secara hipotetik menunjukkan bahwa jawaban minimal adalah 24, maksimal 96, nilai rerata 60, dan simpangan baku 20. Sementara data empirik menunjukkan jawaban minimal adalah 40, maksimal 93, nilai rerata 71,87, dan simpangan baku 12,35.

Pembagian kategori sampel yang digunakan oleh peneliti yaitu Pertimbangan Error Standar dalam Pengukuran. Menurut Azwar (2013) pertimbangan eror standar dalam pengukuran adalah deviasi standar eror yang menunjukkan besarnya variasi eror pengukuran pada sekelompok subjek. Deskripsi data hasil penelitian tersebut dapat dijadikan batasan dalam pengkategorian sampel penelitian yang terdiri dari dua kategori,

yaitu rendah dan tinggi. Adapun rumus eror standar dalam pengukuran yaitu :

$$s_e = s_x \sqrt{(1 - r_{xx})}$$

Keterangan Rumus Eror Standar dalam Pengukuran:

$s_e$  : eror standar

$s_x$  : varians skor skala

$r_{xx}$  : koefisien reliabilitas skala

Peneliti menggunakan taraf signifikansi 95% sehingga didapatkan:

$$\begin{aligned} X \pm z_{\alpha/2}(s_e) &= X \pm z_{0,05/2}(2,469) \\ &= X \pm z_{0,25}(2,469) \\ &= X \pm 1,96(2,469) \\ &= X \pm 4,83 \text{ atau dibulatkan menjadi } X \pm 5 \end{aligned}$$

$$\text{Mean} = 60$$

Kategorisasi ini membagi skor subjek ke dalam dua kategori yaitu skor tinggi dan skor rendah. Kategorisasi ini menggunakan nilai *mean* atau harga rata-rata sebagai nilai batas kategori. Skor yang lebih besar daripada *mean* didiagnosis sebagai tinggi sedangkan skor yang berada di bawah *mean* didiagnosis rendah.

Berdasarkan pada norma yang telah disusun tersebut, peneliti melakukan kategorisasi skor tiap-tiap responden penelitian pada masing-masing variabel penelitian. Hasil kategorisasi tersebut dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.12  
Kategorisasi *Entrepreneurship*

Skor	Kategori	Jumlah	Persentase
$X < 48$	Rendah	3	2,5
$48 \leq X < 72$	Tidak Terkategorisasi	54	45
$72 \leq X$	Tinggi	63	52,5

Hasil kategorisasi *entrepreneurship* menunjukkan bahwa tingkat *entrepreneurship* yang dimiliki *fresh graduate* dari Universitas Syiah Kuala berada pada kategori tinggi yaitu sebanyak 52,5%, sedangkan *fresh graduate* yang berada pada kategori rendah sebanyak 2,5% dan tidak terkategori sebanyak 45%.

### C. Pembahasan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hubungan *sensation seeking* dengan *entrepreneurship* pada *fresh graduate* Unsyiah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara *sensation seeking* dengan *entrepreneurship* pada *fresh graduate* Universitas Syiah Kuala. Hubungan positif ini menunjukkan semakin tinggi *sensation seeking*, maka semakin tinggi pula *entrepreneurship* pada *fresh graduate* Universitas Syiah Kuala. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil perhitungan statistik analisis korelasi yang menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 ( $p < 0,05$ ), sehingga dapat dikatakan bahwa hipotesis penelitian ini diterima.

Hasil penelitian lainnya yang sesuai dengan penelitian ini dikemukakan oleh Khusnurriyah (2007), bahwa terdapat hubungan antara *sensation seeking* dengan *entrepreneurship*. Nicolaou, Shane, Cherkas, Spector (2008) menyebutkan kecenderungan seseorang untuk terlibat dalam aktivitas *entrepreneurship* dipengaruhi oleh *sensation seeking*, yang mana *sensation seeking* sendiri diturunkan secara genetik. Seperti yang dijelaskan oleh Zuckerman (2005) bahwa faktor genetik diprediksi memberikan pengaruh suatu

sifat. Semakin kuat hubungan kekerabatan seseorang maka semakin kuat pula pengaruh genetiknya dan hubungan antara kembar tidak identik, saudara kandung, orangtua dan anak dikatakan memberikan pengaruh genetik sebanyak 50%. Lebih lanjut, Sjoberg dan Engelberg (2006) menyatakan bahwa sikap seseorang dalam mengambil resiko keuangan dan pertaruhan dalam mengelola keuangannya sangat berkaitan erat dengan tingginya *sensation seeking* yang dimiliki. Hal ini bisa disebabkan karena pada individu yang memiliki *sensation seeking* tinggi akan memandang tantangan yang dia hadapi sebagai pengalaman baru, dalam hal ini tantangan tersebut yaitu resiko mengalami kerugian. Senada dengan pengertian *sensation seeking* yang dikemukakan oleh Khusnurriyah (2007) bahwa *sensation seeking* merupakan kebutuhan untuk mendapatkan berbagai pengalaman baru yang luar biasa dan kompleks walaupun mengandung resiko.

Selanjutnya, identitas subjek penelitian yang merupakan *fresh graduate* pada umumnya menginginkan untuk mendapatkan pekerjaan yang memiliki penghasilan, hal ini karena *fresh graduate* ingin menambah pengalaman baru yang nantinya mendukung karirnya dimasa depan (Qerja, 2015). Oleh karena itu, beberapa *fresh graduate* memilih untuk melakukan *entrepreneurship* yang banyak mengandung resiko dan menjadi seorang *entrepreneur* (Dailysocial, 2016). *Entrepreneur* merupakan profesi yang semakin banyak diminati oleh *fresh graduate* beberapa tahun terakhir. Adapun *entrepreneur* merupakan orang yang berbakat mengenali produk baru, menentukan cara produksi baru, menyusun operasi untuk pengadaan produk baru, memasarkannya, serta mengatur

permodalan operasinya (Sumarsono, 2010). Kristanto (2009) mengatakan bahwa seorang *entrepreneur* harus memiliki kemampuan yang kreatif dan inovatif dalam menemukan dan menciptakan berbagai ide karena setiap pikiran dan langkah seorang *entrepreneur* adalah bisnis. Keterampilan dan strategi seorang *entrepreneur* harus menciptakan suatu peluang, mengantisipasinya serta mengupayakan kesuksesan bagi dirinya, perusahaannya maupun orang lain.

Senada dengan pernyataan tersebut, Chandra (2007) mengungkapkan bahwa seorang *entrepreneur* harus memiliki sikap berani mencoba hal-hal yang baru sehingga akan memunculkan inovasi-inovasi yang diformulasikan ke arah positif, dengan demikian akan memunculkan daya juang yang tinggi. Hal tersebut dikarenakan, keberhasilan dalam dunia usaha akan terwujud apabila mampu bertahan dan memiliki daya juang tinggi, situasi yang tidak pasti justru dapat meningkatkan semangat *entrepreneurship* dan nalar bisnis menjadi semakin optimal, dengan demikian pada akhirnya akan menggiring langkah sukses menjadi seorang *entrepreneur* (Purnama, 2017). Kemudian Firmansyah (2016) menambahkan seorang *entrepreneur* harus berfikir *out of the box*, dengan hal tersebut seorang *entrepreneur* dapat memunculkan inovasi-inovasi, daya juang tinggi, berani mengambil keputusan maupun resiko serta punya visi dan kreatifitas tanpa batas.

Selanjutnya, penelitian yang berkebalikan dengan penelitian ini dikemukakan oleh Yuliana (2012). Yuliana (2012) mengatakan bahwa tidak ada hubungan antara *sensation seeking* dengan minat berwirausaha. Hal ini disebabkan karena seorang *entrepreneur* seharusnya mampu membaca peluang-

peluang yang ada, bukan hanya berani mengambil resiko tanpa mampu membaca keuntungan dan belajar atas kegagalan. Lebih lanjut Saiman (2009) menjelaskan *entrepreneurship* merupakan kemampuan seseorang untuk mendirikan, mengelola, mengembangkan, dan melembagakan usaha miliknya sendiri. *Entrepreneurship* juga merupakan tanggapan terhadap peluang usaha yang terungkap dalam seperangkat tindakan yang membuahkan hasil berupa organisasi yang melembaga, produktif dan inovatif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya keterkaitan antar dua variabel yang diuji yaitu variabel *sensation seeking* dengan variabel *entrepreneurship*. Adapun dimensi *sensation seeking* yang memiliki keterkaitan paling erat dengan variabel *entrepreneurship* adalah dimensi *experience seeking* yang mana memiliki skor paling tinggi yaitu dimensi *experience seeking* yang memiliki keterkaitan dengan kategori *need for achievement*. Zuckerman (1971) menjelaskan hal ini disebabkan karena pada dasarnya individu yang melakukan *experience seeking* merupakan individu yang melakukan pencarian dengan tujuan menemukan pengalaman baru, dalam hal ini tujuan *fresh graduate* adalah menemukan pengalaman baru melakukan *entrepreneurship*. *Entrepreneurship* yang dilakukan disebabkan akan pencarian pengalaman baru dengan adanya motivasi untuk berprestasi (*need for achievement*). Srimulyani (2013) mengatakan bahwa individu yang melakukan *entrepreneurship* sebaiknya memiliki motivasi untuk berprestasi yang diartikan sebagai usaha untuk mencapai kesuksesan atau usaha untuk mencapai keberhasilan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sebanyak 58,3% *fresh graduate* yang memiliki *sensation seeking* tinggi, 13,6% *sensation seeking* yang sedang, dan 5% memiliki *sensation seeking* yang rendah. Secara umum *fresh graduate* Universitas Syiah Kuala tergolong memiliki *sensation seeking* yang tinggi. Individu yang memiliki *sensation seeking* tinggi memiliki karakteristik seperti antusias, ceria, imajinatif, pemberani, nakal, mandiri, bersemangat, mudah berubah, tidak patuh, tidak bertanggung jawab, kurangnya kontrol diri, cenderung anti sosial, dan menyukai rutinitas yang bervariasi. Adapun individu yang memiliki *sensation seeking* rendah memiliki karakteristik seperti penakut, panik, sedih, putus asa, pencemas, konvensional, otoriter, memercayai mitos, kontrol diri tinggi, menyukai rutinitas yang monoton, berorientasi pada tujuan, senang bersosialisasi, dan peduli serta suka membantu orang lain. (Zuckerman, 1979).

Sebanyak 58,3% *fresh graduate* memiliki *sensation seeking* yang tinggi. Hal ini bisa disebabkan oleh beberapa faktor, diantaranya adalah faktor lingkungan. Lingkungan seperti keluarga dan budaya, merupakan faktor yang penting dalam membentuk kepribadian individu terutama di usia-usia awal, dimana pengaruh keluarga adalah yang paling utama. Perbedaan perlakuan dan persepsi dari orang tua terhadap anak-anaknya dapat memengaruhi individu. Perbedaan ini dapat terjadi karena adanya perbedaan reaksi masing-masing anak pada saat berinteraksi dengan orangtuanya (Zuckerman, 1979).

Faktor lain yang memengaruhi *sensation seeking* adalah jenis kelamin (Zuckerman, 1994). *Fresh graduate* laki-laki lebih banyak berada pada kategori

*sensation seeking* tinggi dibandingkan perempuan yaitu sebanyak 34,2%. Petri dan Govem (2004) mengatakan bahwa skor *sensation seeking* yang dimiliki pria lebih tinggi dibandingkan wanita. Hal ini disebabkan karena adanya perbedaan sikap impersonal antara laki-laki dan perempuan. Lebih lanjut Amanta (2009) menjelaskan keragaman dalam pencarian sensasi dapat memengaruhi cara manusia bersikap atau bereaksi terhadap sesamanya, individu yang memiliki *sensation seeking* tinggi akan merasa individu yang memiliki *sensation seeking* rendah begitu membosankan dan tidak menarik dalam berinteraksi. Prakoso (2016) juga berpendapat bahwa *modeling* antara laki-laki dan perempuan berbeda, hal itu juga yang memengaruhi tipe dan tingkatan stimuli yang dicari individu. Yuhendri (2015) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa terkait dengan karakteristik kepribadian, perempuan mempunyai sifat toleransi dan fleksibel, realistis dan kreatif, antusias dan enerjik dan mampu berhubungan dengan lingkungan masyarakat, dan perempuan pada umumnya memiliki *medium level of self confidence*, namun sebaliknya laki-laki memiliki *self confidence* yang tinggi dimana dengan kekuatan keyakinan yang kuat merupakan salah satu dimensi dari efikasi diri yang berbanding lurus atau berhubungan sangat erat dengan *entrepreneurship*.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa sebanyak 52,5% *fresh graduate* memiliki *entrepreneurship* yang tinggi, 2,5% *fresh graduate* yang memiliki *entrepreneurship* yang rendah, sedangkan sisanya sebanyak 45% masuk dalam kategori tidak terkategori. Secara umum *fresh graduate* Universitas Syiah Kuala tergolong memiliki *entrepreneurship* yang tinggi, Meng

dan Liang (1996) menjelaskan bahwa individu yang memiliki *entrepreneurship* tinggi memiliki karakteristik yaitu, kreatif, inovatif, proaktif, berani mengambil resiko, memiliki visi dan misi yang jelas, memiliki kebutuhan berprestasi tinggi, tekun dan memiliki rasa tanggung jawab yang tinggi, percaya diri, serta semangat dan antusias. Faktor lain yang juga turut memengaruhi *entrepreneurship* tinggi adalah sulitnya individu dalam mendapatkan kerja pada sektor-sektor formal, namun sebaliknya mudahnya akses dalam mendapatkan modal untuk membangun usaha kreatif dengan modal yang rendah (Ginting & Yuliawan, 2015).

Meng dan Liang (1996) menambahkan, sebaliknya individu yang memiliki *entrepreneurship* rendah memiliki karakteristik yaitu kurang kreatif, kurang inovatif, kurang proaktif, kurang berani mengambil resiko, kurang memiliki visi dan misi yang jelas, kurang memiliki kebutuhan berprestasi yang tinggi, kurang gigih, kurang percaya diri. Hal ini disebabkan oleh kurangnya keberanian untuk memulai melakukan *entrepreneurship* dan kurangnya motivasi yang timbul dari dalam diri individu serta kurangnya mendapatkan dorongan dari orang lain sehingga kurang merasa yakin untuk melakukan *entrepreneurship*.

Lebih lanjut, jenis kelamin turut serta memengaruhi *entrepreneurship*. Sebanyak 31,6% laki-laki yang memiliki *entrepreneurship* tinggi dibandingkan perempuan yaitu sebanyak 20,8%. Indarti dan Rostiani (2008) mengungkapkan bahwa laki-laki memiliki *intense* yang lebih kuat dibandingkan wanita dalam berwirausaha. Lebih lanjut Indarti dan Rostiani mengatakan bahwa secara umum, sektor wiraswasta adalah sektor yang didominasi oleh laki-laki. Alma (2009)

menjelaskan perbedaan-perbedaan antara laki-laki dan perempuan dalam berwirausaha didominasi oleh motivasi dan karakteristik kepribadian. Laki-laki yang berwirausaha dimotivasi oleh keinginan akan prestasi dan adanya rasa frustrasi dengan pekerjaan sebelumnya. Hal ini dikarenakan laki-laki merasa terkekang tidak dapat menampilkan kebolehnya dan mengembangkan bakat-bakat yang ada pada dirinya.

Berdasarkan data demografi menunjukkan 64% subjek penelitian menggunakan sumber dana pribadi dalam membangun usaha mereka. Sedangkan 31% telah melakukan kerjasama dengan pihak lain dalam melakukan usaha. Seperti yang dilansir oleh Quickstart-indonesia (2016) bahwa ada beberapa alasan yang membuat seorang pengusaha memilih melakukan *entrepreneurship* dengan sumber dana pribadi antara lain karena kepuasan pribadi, dapat memulai usaha dengan skala yang kecil, lebih berhati-hati dalam penggunaan dana, dan dapat mengambil keputusan apapun.

Pada proses penelitian ini disadari terdapat beberapa keterbatasan, diantaranya adalah penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan jenis komparatif, sehingga hasil penelitian ini tidak mengukur faktor-faktor lain secara individual pada subjek penelitian seperti latar belakang keluarga, sosial budaya dan dukungan finansialnya. Selanjutnya pengambilan sampel penelitian dilakukan secara insidental sesuai dengan akses peneliti mengingat susah untuk menjumpai subjek penelitian yang sibuk dengan kegiatan masing-masing. Hal ini menyebabkan kuisioner penelitian tidak tersebar secara proporsional berdasarkan

fakultas di Universitas Syiah Kuala. Kemudian, peneliti juga kurang mengawasi subjek ketika mengisi pertanyaan yang terdapat dalam kuisioner.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *sensation seeking* dengan *entrepreneurship* pada *fresh graduate* Universitas Syiah Kuala. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara *sensation seeking* dengan *entrepreneurship* pada *fresh graduate* Universitas Syiah Kuala. Hal tersebut mengindikasikan bahwa semakin tinggi *sensation seeking* yang dimiliki individu maka semakin tinggi pula *entrepreneurship* pada individu *fresh graduate* tersebut. Selanjutnya, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa umumnya *fresh graduate* dari Universitas Syiah Kuala berada pada kategori tinggi untuk *sensation seeking* dan *entrepreneurship*.

#### B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini maka terdapat beberapa saran yang peneliti ingin sampaikan, yaitu:

##### 1. Kepada partisipan penelitian

Kepada *fresh graduate* agar dapat mempertahankan sikap berani mengambil resiko (*sensation seeking*) sehingga mampu bersaing dalam dunia kerja dengan menciptakan lapangan pekerjaan baru seperti mulai berwirausaha (*entrepreneurship*). Kepada partisipan penelitian yang memiliki *entrepreneurship* rendah disarankan untuk mengikuti *workshop* yang

berkaitan dengan dunia usaha dalam mempelajari perkembangan pasar untuk terus berinovasi dalam menjalankan usaha dan memperluas wawasan dengan membaca kisah-kisah inspiratif dari orang-orang sukses di bidang *entrepreneurship* ketika memulai dan membina karir sebagai seorang *entrepreneur*.

## 2. Kepada Universitas Syiah Kuala

Kepada civitas akademika Universitas Syiah Kuala khususnya CDC (*Career Development Center*) dan pengelola Program Mahasiswa Wirausaha (PMW) untuk terus mendukung mahasiswa dan alumni dengan membina kelompok-kelompok wirausaha, memberikan bantuan dana bagi yang bersedia melakukan wirausaha inovatif, serta mengadakan *workshop*, seminar maupun pelatihan untuk meningkatkan jiwa atau minat dalam *entrepreneurship*.

## 3. Kepada peneliti selanjutnya

Kepada peneliti selanjutnya yang berminat melakukan penelitian dengan variabel yang sama, dianjurkan untuk mencermati variabel lain yang mungkin memengaruhi *sensation seeking* seperti latar belakang keluarga, pola asuh, pengaruh gen, dan faktor budaya maupun yang memengaruhi *entrepreneurship* seperti peran *entrepreneur*, *big five personality*, *psychological capital*. Selain itu, dianjurkan untuk dapat mengawasi subjek penelitian secara langsung sampai dengan selesai mengisi skala agar hasil penelitian lebih akurat.

## Daftar Pustaka

- Adhyaksa, M. A., & Rusgiyono, A. (2010). Persepsi dunia kerja terhadap lulusan fresh graduate S-1 menggunakan multidimensional unfolding (studi kasus: dunia usaha di Kabupaten Batang). *Media Statistika*. 3(1). 49-57.
- Ajzen, I. (1988). *Attitudes, personality, and behavior*. Milton Keynes: Open University Press
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*. 50(2). 179-211.
- Alma, B. (2009). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Amanda, H. J. B. L., & Fajrianti. (2015). Pengaruh kepribadian entrepreneur dan entrepreneur learning terhadap intensi berwirausaha pada mahasiswa. *Jurnal Psikologi Industri dan Organisasi*. 4(2). 277-283.
- Amanta, F. (2009). Hubungan *Sensation Seeking* dengan prestasi akademik mahasiswa Fakultas psikologi Universitas Islam Negeri. (Skripsi). Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- American Educational Research Association (AERA). (2003). *Appendix F: Summary of The Standards for Educational and Psychological Testing*. California State Personnel Board Merit Selection Manual: Policy and Practices.
- Anjas, D. A. (2013). Semangat wirausaha di kalangan mahasiswa: studi kasus pada mahasiswa pelaku wirausaha di universitas airlangga. (Skripsi tidak diterbitkan). Surabaya: Universitas Airlangga.
- Arnett, J. (1992). Reckless behavior in adolescence: a developmental perspective. *Dev Rev*. 12. 339–373.
- Arnett, J. (1994). Sensation seeking: a new conceptualization and a new scale. *Person. Individ. Diff*. 16(2). 289-296.
- Arnett, J. J. (1996). Sensation seeking, aggressiveness, and adolescent reckless behavior. *Person, Individ. Diff*. 20(6). 693-702.
- Azwar, S. (2013). *Dasar-dasar Psikometri*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2013). *Penyusunan Skala Psikologi* (ed. 2). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

- Badan Pusat Statistik. (2012). Jumlah penduduk usia bekerja sesuai dengan status pekerjaan di aceh. Diakses melalui <http://bps.go.id>
- Badan Pusat Statistik. (2016). Jumlah pengangguran berdasarkan tingkat pendidikan di aceh. Diakses melalui <http://bps.go.id>
- Badan Pusat Statistik. (2016, November 7). Tingkat pengangguran terbuka (TPT) menurut provinsi. Diakses melalui [https://www.bps.go.id /linkTabelStatis /view/id/981](https://www.bps.go.id/linkTabelStatis/view/id/981)
- Bygrave, W. D. (1989). The entrepreneurs paradigm (1): a philosophical look at its research methodologies. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 14(1). 7-26.
- Bygrave, W. D. (1996). *The portable MBA: Entrepreneurship*. Terjemahan Dyah Ratna Permatasari. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Chandra, P. E. (2007). *Cara Gila Jadi Pengusaha*. Jakarta: Elex Media Komputindo
- Ciputra. (2009). *Quantum leap entrepreneurship mengubah masa depan bangsa dan masa depan anda*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Coon, D. & Mitterer, J. O. (2008). *Introduction to Psychology: Gateways to Mind and Behavior*. Boston: Cengage Learning
- Creswell, J. W. (2012). *Educational Research: Planning, Conducting, and Evaluating Quantitative and Qualitative Research* (4th ed.). Boston: Pearson Education, Inc.
- Dailysocial. (2016). *Lima Cara Menemukan dan Memikat Talenta IT Terbaik untuk Startup Anda*. <Http://www.dailysocial.id/post/lima-cara-menemukan-talenta-terbaik-bekerja-untuk-startup-anda/>. Diakses pada tanggal 18 Agustus 2017
- Direktorat Jenderal Pembelajaran dan Kemahasiswaan. (2015). *Pedoman Program Mahasiswa Wirausaha Tahun 2015*. Jakarta: Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi
- Doughlas, E., & Shepperd, D. (2002). Self employment as a career choices: attitudes, entrepreneurial intentions, and utility, maximization. *Entrepreneurial Theory and Practice*. 26(3). 81-90.
- Ersche, K. D., Turton, A. J., Pradhan, S., Bullmore, E. T., Robbins, T. W. (2010). Drug addiction endophenotypes: impulsive versus sensation-seeking personality traits. *BIOL PSYCHIATRY*, 68, 770–773.
- Firmansyah, T (2016). Pengusaha harus berfikir out of the box. *Republika Ekonomi*. Diakses dari

<http://www.republika.co.id/berita/ekonomi/makro/16/09/30/oea562377-pengusaha-harus-berpikir-out-of-the-box>

- Gatzke-kopp, M. L, Raine, A., Loeber, R., Stouthamer-Loeber, M., Steinhauer, R. S. (2002). Serious Delinquent Behavior, Sensation Seeking, and Elektrodermal Arousal. *Journal of Abnormal Child Psychology*. 30(5). 477-486
- Ginting, M., & Yuliawan, E. (2015). Analisis faktor-faktor yang memengaruhi minat berwirausaha Mahasiswa (Studi kasus pada STMIK Mikroskil Medan). *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*. 5(01).
- Hassan, R. A., & Wafa, S. A. (2012). Predictors towards entrepreneurial intention: a malaysian case study. *Asian Journal of Business and Management Sciences*. 1(11). 1-10. ISSN: 2047-2528.
- Havighurst, R. J. (1953). *Human development and education*. New York: David McKey Company Inc.
- Hendro & Chandra W. W. (2006). *Be a smart and good entrepreneur*. Jakarta: Erlangga.
- Hisrich, R. D. (2005). *Entrepreneurship. sixth edition*. New York: McGraw-Hill.
- Hisrich, R. D., Peters M. P., & Shepperd, D. A. (2008). *Kewirausahaan Edisi 7*. Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: Salemba Empat.
- Hoyle, R. H., Stephenson, M. T., Palmgreen, P., Lorch, E. P., & Donohew, R. L. (2002). Reliability and validity of a brief measure of sensation seeking. *Personality and Individual Differences*, 32, 401–414.
- Hurlock, E. B. (2009). *Psikologi Perkembangan Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan (Ed. 5)*. (Terjemahan: Istiwidayanti & Soedjarwo). Jakarta: Erlangga.
- Indarti, N., & Rostiani, R. (2008). Intensi Kewirausahaan Mahasiswa: Studi perbandingan antara Indonesia, Jepang dan Norwegia. *Jurnal Ekonimika dan Bisnis Indonesia*. 23(4).
- Khusnurriyah. (2007). Hubungan antara sensation seeking dengan entrepreneurship pada sarjana *freshgraduate* Universitas Islam Majapahit Mojokerto. (Skripsi tidak diterbitkan). Jawa Timur: Universitas Islam Majapahit Mojokerto.
- Koh, H. C. (1996). Testing hypotheses of entrepreneurial characteristics: A study of Hong Kong MBA students. *Journal of Managerial Psychology*. 11(3). 12-25.

- Kristanto, H. (2009). *Kewirausahaan (Entrepreneurship) Pendekatan Manajemen dan Praktis*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Landstrom E., Koivisto Hursti U. K., Becker W., & Magnusson M. (2008). Use of functional foods among Swedish consumers is related to healthconsciousness and perceived effect. *British Journal of Nutrition*. 98. 1058-1069. DOI: 10.1017/S0007114507761780
- Lestari, W. A. (2006). Hubungan antara kepercayaan diri dengan kecemasan menghadapi dunia kerja pada mahasiswa psikologi universitas islam indonesia. *Naskah Publikasi*. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.
- Masftandy (2015). *Modal utama dalam menjalankan usaha*. Diakses melalui [http://www. Masfrandy.com/2015/1/modal-utama-dalam-menjalankan-usaha.html](http://www.Masfrandy.com/2015/1/modal-utama-dalam-menjalankan-usaha.html). diakses pada tanggal 18 Agustus 2017.
- Meng, L. A., & Liang, T. W. (1996). *Entrepreneurs, Entrepreneurship and Entreprising Cultre*. Paris: Addison Wisley Publising Company
- Meredith, G. (2002). *Kewirausahaan, Teori, dan Praktik*. Jakarta: CV. Taruna Grafika
- Nicolau, N., Shane, S., Cherkas, L., & Spector, T. D. (2008). The influence of Sensation seeking in the heritability of entrepreneurship. *Strategy Entrepreneurship Journal*. (2). 7-21. 001:10. 1002.
- Nugruho, R. A. B., Permatasari, D. P., Rahajeng, U. W. (2014). Hubungan antara *sensation seeking* dengan intensi melakukan *cyberbullying* pada remaja. Diakses dari [http://www.academia.edu/9296094/Hubungan\\_Antara\\_Sensation\\_Seeking\\_Dengan\\_Intensi\\_Melakukan\\_Cyberbullying\\_Pada\\_Remaja](http://www.academia.edu/9296094/Hubungan_Antara_Sensation_Seeking_Dengan_Intensi_Melakukan_Cyberbullying_Pada_Remaja)
- Papalia, D. E., Olds, S.W, & Feldman, R.D. (2009). *Human Development (Perkembangan Manusia edisi 10 buku 2)*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Petri, H. L., Govern, J. M. (2004). *Motivation: Theory Research, and Application, fifth edition*. USA: Wadsworth, Thomson Learning Inc.
- Prakoso, M. C. B. (2016). Perbedaan *Sensation Seeking* pada pendaki gunung ditinjau dari jenis kelamin. (*Skripsi*). Salatiga: Universitas Kristen Satya Wacana.
- Priyatno, D. (2011). *Buku Saku Analisis Statistik Data SPSS*. Yogyakarta: MediaKom.
- Purnama, A (2017). Kunci wirausaha. *Dunia Bisnis*. Diakses dari <http://andripurnama.awand.co.id/index.php/kewirausahaan/56-kunci-wirausaha.html>

- Qerja. (2015). *Tips Memulai Karier untuk Fresh Graduate*. [Http://www.qerja.com/journal/view/27-tips-memulai-karier-untuk-fresh-graduate/](http://www.qerja.com/journal/view/27-tips-memulai-karier-untuk-fresh-graduate/). Diakses pada tanggal 18 Agustus 2017
- Quickstar-indonesia. (2016). *Memulai bisnis dengan modal sendiri*. <http://www.quickstar-indonesia.com/memulai-bisnis-dengan-modal-sendiri/>. Diakses pada tanggal 18 Agustus 2017.
- Rosmiati., Junias, D. T. S., dan Munawar. (2015). Sikap, motivasi, dan minat berwirausaha mahasiswa. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. 17 (1). 21-30. DOI: 10.9744/jmk.17.1.21-30
- Saiman, L. (2009). *Kewirausahaan*. Jakarta: Salemba Empat
- Santrock, J. W. (2009). *Remaja (Ed. 11) (Terjemahan: Benedictine Widiasinta)*. Jakarta: Erlangga.
- Sari, R. K. (2017). Perbedaan *Sensation Seeking* antara remaja awal perokok dan non perokok, (*Skripsi*). Aceh: Universitas Syiah Kuala.
- Sjoberg, L., & Engelberg, E. (2006). Money attitude and emotional intelligence. *Journal of Applied Sosial Psychology*. 36(8).
- Srimulyani, A.V. (2013). Pengaruh kecerdasan adversitas, internal locus of control, dan kematangan karir terhadap intensi berwirausaha pada mahasiswa bekerja. *Widya Warta*, 1, 96–110.
- Stanley, T. J., & Danko, W. (1996). *The millionaire next door*. New York: Pocket Books
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarsono, S. (2010). *Manajemen Keuangan Pemerintah*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Suryabarata, S. (2003). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Taleghani, G. R., Ghafary, A., Keyhani, A., & Ahmadi, S. R. (2013). Personality characteristics and entrepreneurship inonline context. *International Research Journal of Applied and Basic Sciences*. 5(2). 183-191. ISSN: 2251-838X.
- The Atjeh Times. (2013). *Dinamika Lapangan Kerja Aceh*. <http://www.achehtimes.com/>. Diakses pada tanggal 23 Mei 2017
- Unsyiah. (2016). *Buku Lulusan Universitas Syiah Kuala*. Aceh: Universitas Syiah Kuala.

- Veysi, M., Vesi, K., Hashemi, S., & Khoshtakht, F. (2015). Analyse of factors affecting the development of an entrepreneurial intention among fresh graduated students in islamic azad university, sahnah, iran. *Indian Journal of Fundamental and Applied Life Sciences*. 5(S3). 397-410. ISSN: 2231-6245.
- Wade, C. & Travis, C. (2007). *Psychology 9th Edition, (terjemahan)*. Jakarta: Erlangga
- Wima, P. (2015). Pendidikan tinggi tak menjamin kesuksesan, tekad dan kerja keras adalah kunci penting meniti karir masa depan. Diakses melalui <http://www.hipwee.com/sukses/pendidikan-tinggi-tak-menjamin-kesuksesan-tekad-dan-kerja-keras-adalah-kunci-penting-meniti-karir-masa-depan/>
- Wolman, Benjamin. B. (1973). *Handbook of General Psychology*. USA: Prentice-Hall
- Yudhanagara, B. B. H., & Nuriyah, L. (2010). Gambaran persepsi mahasiswa *fresh graduate* universitas indonesia terhadap kuliah atau bekerja di luar negeri. *Jurnal UI Untuk Bangsa Seri Sosial dan Humaniora*. 1(12). 91-99
- Yuhendri, L. V. (2015). Perbedaan Minat Berwirausaha Ditinjau Dari Jenis Kelamin dan Pekerjaan Orang Tua. *Jurnal SNEMA 2015*. ISBN: 978-602-17129-5-5.
- Yuliana, G. (2012). Hubungan antara *psychological capital* dan *sensation seeking* dengan minat berwirausaha pada siswa Smk Ypm 3 Taman Sidoarjo. (*Skripsi tidak diterbitkan*). Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel.
- Zhafarina, D. (2015). Hubungan antara *sensation seeking* dengan *self-efficacy* pada mahasiswa pencinta alam di Universitas Sriwijaya. *Jurnal Fakultas Psikologi Universitas Bina Darma Palembang*. Diakses dari <http://digilib.binadarma.ac.id/download.php?id=719>
- Zimmerer, T. W. & Scarborough, N. M. (2008). *Kewirausahaan dan manajemen usaha kecil*. Salemba Empat: Jakarta
- Zimmerman, B. J. (2008). Investigating self-regulation and motivation: historical background, methodological developments, and future prospects. *American Educational Research Journal*. 45(1). 166-183. DOI: 10.3102/0002831207312909
- Zoubi, M. A. (2016). Work values of Jordanian fresh graduate. *International Journal of Bussines and Management*. 11(7). 237-244. ISSN: 1833-3850. E-ISSN: 1833-8119. DOI: 10.5539/ijbm.v11n7p237

Zuckerman, M. (1971). Dimensions of sensation seeking. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*. 36(1). 45-52. DOI: 10.1037/h0030478.

Zuckerman, M. (1979). *Sensation seeking: Beyond The Optimal Level Of Arousal*. Hillsdale, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.

Zuckerman, M. (2005). *Psychobiology Of Personality: Second Edition, Revised And Updated*. New York: Cambridge University Press.

Zuckerman, M. (2007). *Sensation Seeking and Risky Behavior*. Washington: American Psychological Association.



**Lampiran 2.**

***Alat ukur Sensation Seeking dan Entrepreneurship Uji Coba (Try Out)***

## **Brief Sensation Seeking Scale (BSSS-8)**

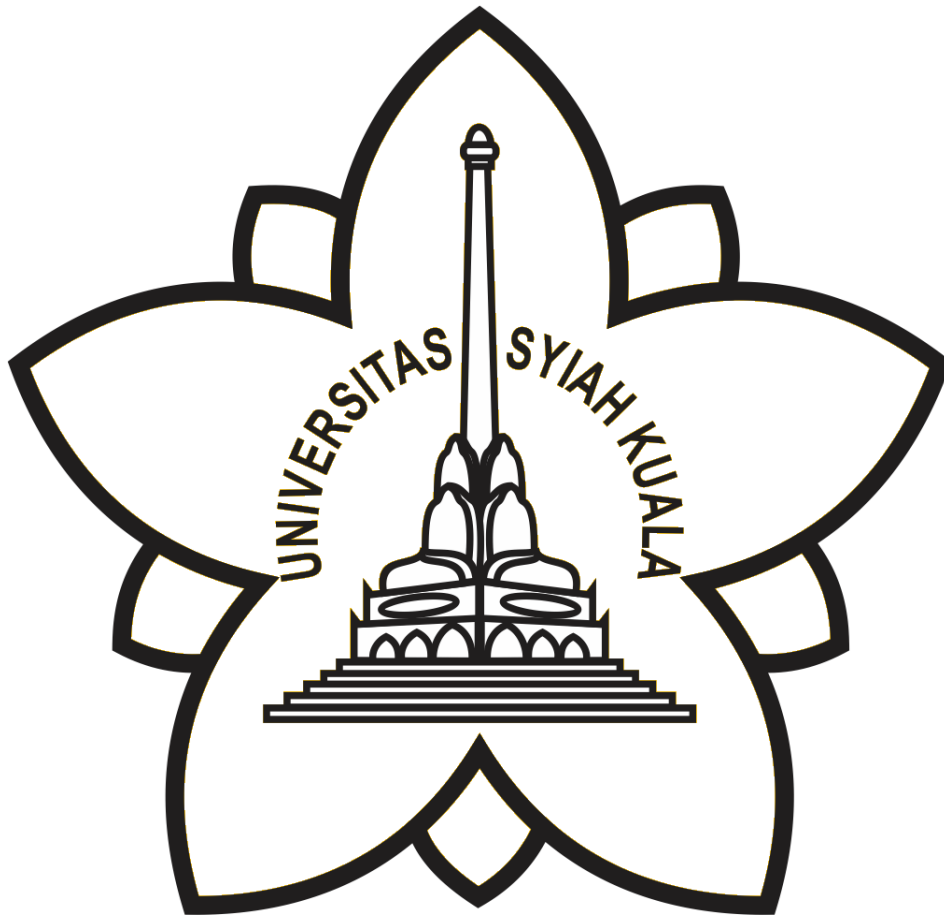
### Response Categories

1. Strongly Disagree
2. Disagree
3. Neither Disagree or Agree
4. Agree
5. Strongly Agree

	I like to do frightening things
	I would like to try parachute-jumping
	I would like to explore strange places
	I would like to take off on a trip with no pre-planned routes or timetables
	I like wild parties
	I like new and exciting experiences, even if I have to break the rules
	I get restless when I spend too much time at home
	I prefer friends who are excitingly unpredictable

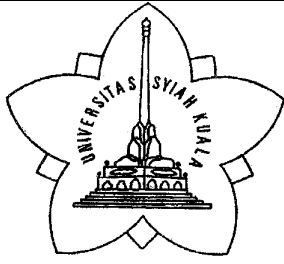
**Terjemahan dan Adaptasi dari *Brief Sensation Seeking Scale (BSSS-8)***

<b>Versi Asli Bahasa Inggris</b>	<b>Versi Terjemahan Bahasa Indonesia</b>
I like to do frightening things	Saya suka melakukan hal-hal yang menakutkan
I would like to try parachute-jumping	Saya suka untuk mencoba melakukan terjun payung
I would like to explore strange places	Saya suka untuk mengunjungi tempat-tempat baru yang unik
I would like to take off on a trip with no pre-planned routes or timetables	Saya suka melakukan perjalanan tanpa merencanakan tempat dan waktunya lebih dulu
I like wild parties	Saya suka berpesta liar (Saya suka hurai-hurai)
I like new and exciting experiences, even if I have to break the rules	Saya suka pengalaman baru yang menarik, meskipun saya harus melawan aturan
I get restless when I spend too much time at home	Saya gelisah ketika menghabiskan banyak waktu dirumah
I prefer friends who are excitingly unpredictable	Saya lebih suka berteman dengan orang yang menarik dan tidak terduga



**Lampiran 2.**

***Alat ukur Sensation Seeking dan Entrepreneurship Uji Coba (Try Out)***



**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI  
FAKULTAS KEDOKTERAN  
UNIVERSITAS SYIAH KUALA  
BANDA ACEH-2017**

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Saya adalah mahasiswa Program Studi Psikologi Fakultas Kedokteran Unsyiah. Saat ini saya sedang melaksanakan penelitian untuk menyelesaikan tugas akhir (skripsi) sebagai salah satu syarat memperoleh gelar kesarjanaan S1 Psikologi. Oleh karena itu, untuk memperoleh data-data yang menunjang penelitian ini saya memohon kesediaan Anda untuk menjawab beberapa pernyataan-pernyataan yang terdapat dalam skala ini.

Jawaban yang Anda berikan tidak ada yang salah dan tidak akan memengaruhi penilaian. Data dalam penelitian ini termasuk identitas akan dijaga kerahasiaannya dan hanya akan dipergunakan dalam penelitian ini. Besar harapan saya untuk Anda dapat berpartisipasi dalam penelitian ini.

Atas kesedian dan partisipasinya, saya mengucapkan terima kasih.

Hormat saya,  
Peneliti

Rahmad Mirza

## IDENTITAS DIRI

- Nama (inisial) : .....
- Usia : ..... Tahun
- Jenis Kelamin :  Laki-laki  
 Perempuan
- Tahun Kelulusan :  2015  
 2016  
 2017
- Fakultas : .....
- Jenis Usaha/Bisnis :  Jasa/Layanan  
 Dagang  
 Keahlian  
 Karya/Produsen  
 Lainnya.....
- Sumber Modal :  Modal Sendiri/Pribadi  
Usaha/Bisnis  Modal Kerjasama  
 Kemitraan  
 Pinjaman/Kredit  
 Lainnya.....
- Lama Usaha/Bisnis : ..... Tahun ..... Bulan  
berjalan
- Nama Tempat : .....
- Usaha/Bisnis\*

*\*Opsional*

Saya dengan identitas tersebut di atas telah memahami maksud dan tujuan penelitian ini. Oleh karena itu, saya dengan sukarela setuju untuk menjadi subjek dalam penelitian yang dilakukan oleh Rahmad Mirza.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya untuk dapat digunakan seperlunya.

Banda Aceh,

2017

(\_\_\_\_\_)

## PETUNJUK PENGISIAN

Di bawah ini, terdapat beberapa pernyataan. Bacalah setiap pernyataan tersebut dengan seksama dan pilihlah salah satu pilihan jawaban yang paling sesuai dengan diri Saudara (i) dan kemudian silahkan beri tanda centang (√) pada kolom yang telah disediakan.

Sebagai contoh :

<b>Pernyataan</b>	<b>Sangat Tidak Setuju</b>	<b>Tidak Setuju</b>	<b>Setuju</b>	<b>Sangat Setuju</b>
Saya sangat menikmati pekerjaan saya sebagai pengusaha muda		√		

Jika Saudara (i) ingin mengubah jawaban, maka Saudara (i) dapat memberikan tanda garis pada jawaban sebelumnya lalu pilihlah jawaban lainnya yang Saudara (i) inginkan, seperti contoh berikut :

<b>Pernyataan</b>	<b>Sangat tidak setuju</b>	<b>Tidak setuju</b>	<b>Setuju</b>	<b>Sangat Setuju</b>
Saya sangat menikmati pekerjaan saya sebagai pengusaha muda		√		√

Jawablah setiap pernyataan dengan jujur dan sesuai dengan diri Saudara (i). Setiap orang dapat memiliki jawaban yang berbeda, sehingga tidak ada jawaban yang salah.

## SKALA I

No	Pernyataan	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Sangat Setuju
1	Saya sangat menikmati pekerjaan saya sebagai pengusaha muda				
2	Saya mampu mengatasi keadaan sulit yang saya hadapi				
3	Saya mampu untuk memperhitungkan berbagai kemungkinan sebelum mengambil keputusan penting				
4	Saya gelisah saat melihat tanda-tanda ketidakpastian dalam dunia usaha				
5	Saya yakin akan mencapai apa yang sudah saya rencanakan				
6	Saya sering berbagi ide-ide usaha baru yang bisa dijalankan oleh teman-teman saya				
7	Terkadang saya berfikir menjadi pengusaha merupakan profesi yang sangat tidak menyenangkan				
8	Saya merasa tidak mampu menghadapi situasi sulit yang terjadi dalam menjalankan usaha				
9	Saya sering salah dalam memperhitungkan resiko saat mengambil keputusan				
10	Saya baru menyadari adanya keadaan yang tidak menentu ketika keadaan itu sudah terjadi				
11	Saya merasa usaha yang saya miliki sulit untuk berhasil				
12	Saya sulit mengembangkan usaha karena saya kesulitan untuk memperoleh ide-ide baru				

No	Pernyataan	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Sangat Setuju
13	Saya yakin mampu menghadapi tantangan dalam menjalankan usaha saya				
14	Saya mampu menghadapi persaingan dalam dunia usaha				
15	Saya mampu memperkirakan langkah pengembangan usaha yang akan saya lakukan				
16	Saya membaca koran/ majalah/buku/media lainnya untuk mendapatkan informasi dunia usaha				
17	Saya yakin usaha yang sedang saya jalankan akan tumbuh dan berkembang sesuai harapan saya				
18	Saya merasa mampu menjalankan usaha karena banyak ide-ide usaha baru yang saya pikirkan				
19	Persaingan usaha yang terjadi saat ini membuat saya pesimis mampu mempertahankan usaha saya				
20	Terkadang saya merasa tidak bersemangat dalam menjalankan usaha saya				
21	Kadang sulit untuk mendapatkan banyak keuntungan ketika melakukan terobosan baru dalam usaha saya				
22	Saya sulit menghadapi situasi/keadaan yang tidak pasti				
23	Kadang saya ragu-ragu masuk dalam dunia usaha karena saya takut gagal				
24	Kadang saya takut merasa rugi jika saya mengembangkan ide baru dalam usaha saya				

No	Pernyataan	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Sangat Setuju
25	Saya menggunakan seluruh waktu beserta finansial/keuangan untuk memperbesar usaha saya				
26	Saya selalu menjaga semangat dalam menjalankan usaha agar tidak turun				
27	Saya berani mencoba hal hal baru untuk mendapatkan lebih banyak keuntungan				
28	Saya selalu membaca pengalaman orang-orang sukses agar bisa belajar mengenai penyelesaian masalah dalam dunia usaha				
29	Usaha yang sedang saya rintis akan besar seperti yang saya impikan				
30	Saya merasa mampu membuat inovasi baru dalam usaha yang saya jalankan				
31	Dalam menjalankan usaha, saya harus mendapatkan persetujuan orang tua sebelum mengambil keputusan				
32	Semangat saya sering turun ketika menghadapi banyak masalah dalam usaha				
33	Sulit untuk mendapatkan keuntungan dalam usaha karena kurangnya kemampuan yang saya miliki				
34	Saya kurang memiliki informasi mengenai perubahan yang terjadi dalam dunia usaha				
35	Saya sering takut akan mengalami kerugian yang besar				
36	Saya sulit mengembangkan usaha saya karena kurangnya keberanian saya dalam berinovasi				

## PETUNJUK PENGISIAN

Di bawah ini, terdapat beberapa pernyataan. Bacalah setiap pernyataan tersebut dengan seksama dan pilihlah salah satu pilihan jawaban yang paling sesuai dengan diri Saudara (i) dan kemudian silahkan beri tanda centang (√) pada kolom yang telah disediakan.

Sebagai contoh :

<b>Pernyataan</b>	<b>Sangat Tidak Setuju</b>	<b>Tidak Setuju</b>	<b>Netral</b>	<b>Setuju</b>	<b>Sangat Setuju</b>
Saya suka melakukan hal-hal yang menakutkan			√		

Jika Saudara (i) ingin mengubah jawaban, maka Saudara (i) dapat memberikan tanda garis pada jawaban sebelumnya lalu pilihlah jawaban lainnya yang Saudara (i) inginkan, seperti contoh berikut :

<b>Pernyataan</b>	<b>Sangat tidak setuju</b>	<b>Tidak setuju</b>	<b>Netral</b>	<b>Setuju</b>	<b>Sangat Setuju</b>
Saya suka melakukan hal-hal yang menakutkan			√	√	

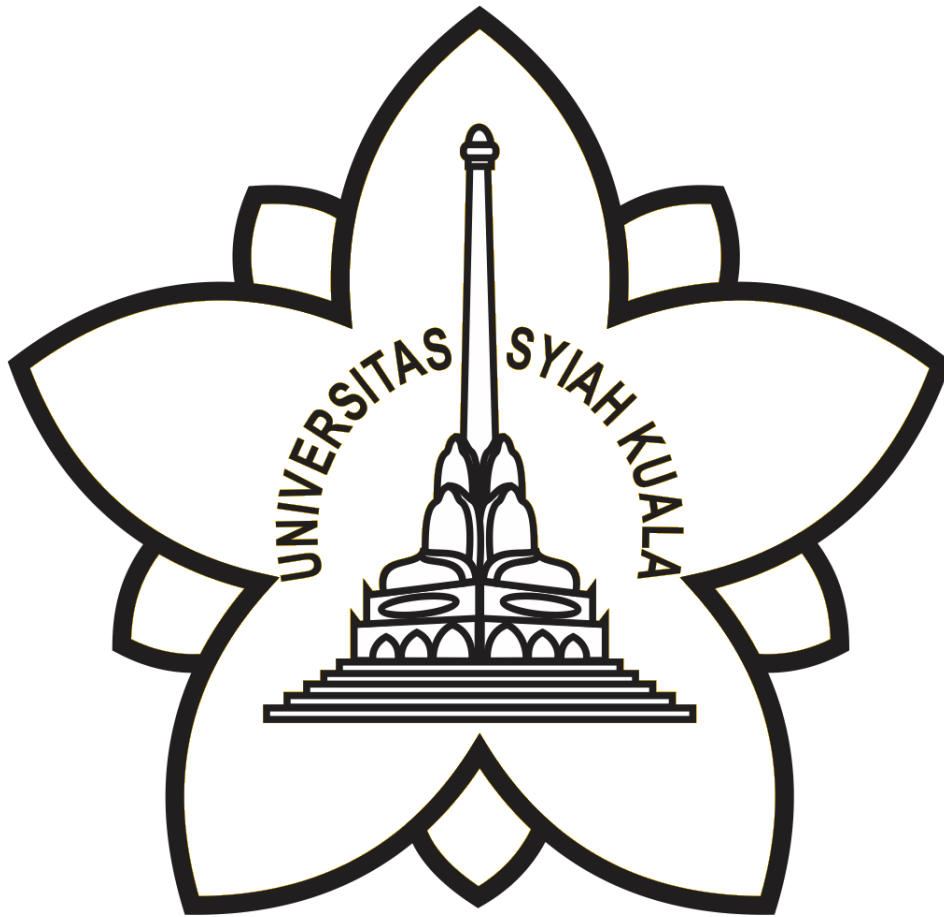
Jawablah setiap pernyataan dengan jujur dan sesuai dengan diri Saudara (i). Setiap orang dapat memiliki jawaban yang berbeda, sehingga tidak ada jawaban yang salah.

## SKALA II

No	Pernyataan	Sangat tidak setuju	Tidak setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju
1	Saya suka melakukan hal-hal yang menakutkan					
2	Saya suka untuk mengunjungi tempat-tempat baru yang unik					
3	Saya suka hura-hura					
4	Saya gelisah ketika menghabiskan banyak waktu dirumah					
5	Saya suka untuk mencoba melakukan terjun payung					
6	Saya suka melakukan perjalanan tanpa merencanakan tempat dan waktunya lebih dulu					
7	Saya suka pengalaman baru yang menarik, meskipun saya harus melawan aturan					
8	Saya lebih suka berteman dengan orang yang menarik dan tidak terduga					

**PASTIKAN SEMUA SUDAH DIISI YA!**  
**TERIMA KASIH ATAS PARTISIPASINYA**





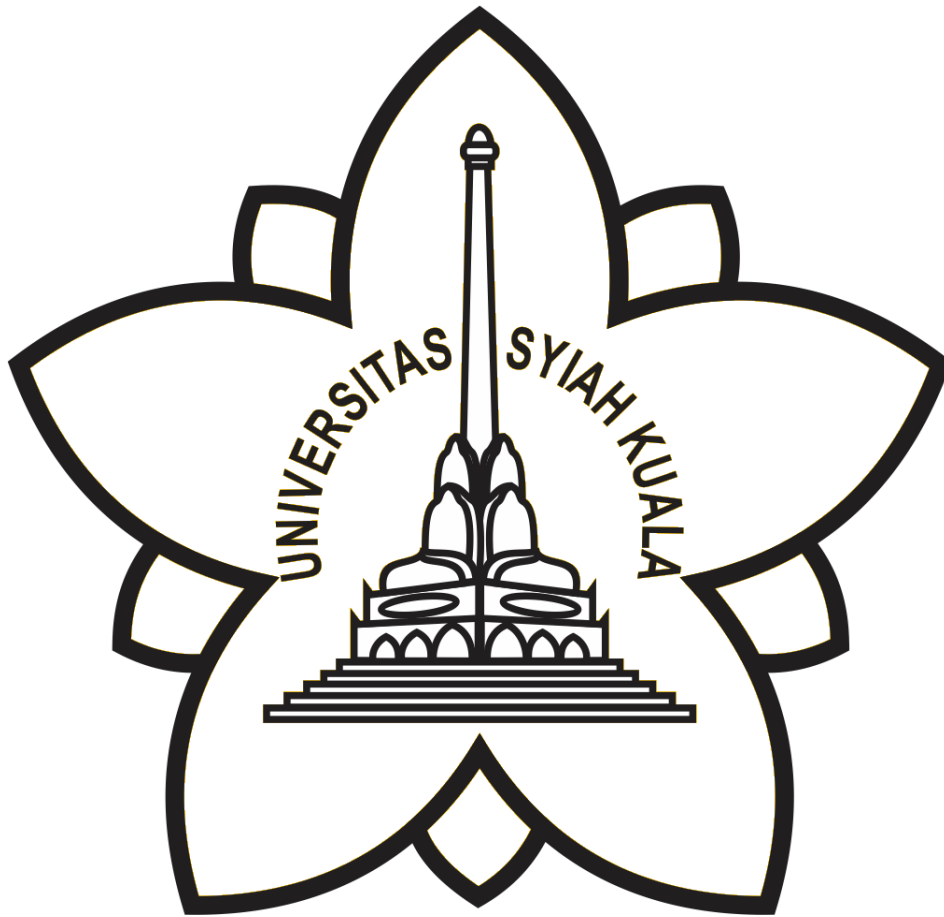
**Lampiran 3.**

**Tabulasi Data *Sensation Seeking* Uji Coba (*Try Out*)**

**TABULASI DATA SENSATION SEEKING UJI COBA (TRY OUT)**

Subjek	Aitem								Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	
1	5	4	5	4	4	4	5	4	35
2	5	4	3	4	4	4	5	4	33
3	2	4	4	4	5	2	4	2	27
4	4	4	5	4	4	4	4	5	34
5	5	5	5	5	5	4	5	5	39
6	5	5	4	4	4	5	4	5	36
7	5	5	5	5	1	5	5	5	36
8	5	4	4	4	4	5	4	5	35
9	4	4	2	4	4	4	5	4	31
10	5	5	3	1	3	5	5	4	31
11	4	4	5	4	5	5	4	4	35
12	4	4	3	4	5	4	4	5	33
13	4	4	5	5	5	5	5	5	38
14	4	4	5	4	4	5	5	5	36
15	5	5	5	5	4	4	4	5	37
16	4	4	3	4	4	4	5	5	33
17	5	5	4	5	5	4	4	5	37
18	5	5	4	5	4	4	4	5	36
19	5	5	4	4	5	5	4	4	36
20	5	5	4	5	1	5	5	5	35

Subjek	Aitem								Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	
21	4	4	3	4	4	5	4	5	33
22	5	5	3	4	4	4	4	5	34
23	3	4	3	2	4	5	4	5	30
24	5	4	4	4	5	4	5	4	35
25	4	4	4	4	4	5	4	5	34
26	5	4	3	4	4	4	5	4	33
27	4	5	4	5	4	4	4	4	34
28	5	4	1	4	1	4	4	5	28
29	4	4	4	4	4	5	4	5	34
30	4	4	1	4	4	4	4	4	29
31	2	3	5	4	1	3	3	2	23
32	4	4	2	2	2	2	2	1	19
33	5	3	3	2	2	4	4	3	26
34	4	4	2	2	1	3	1	1	18
35	2	1	3	4	2	2	2	3	19

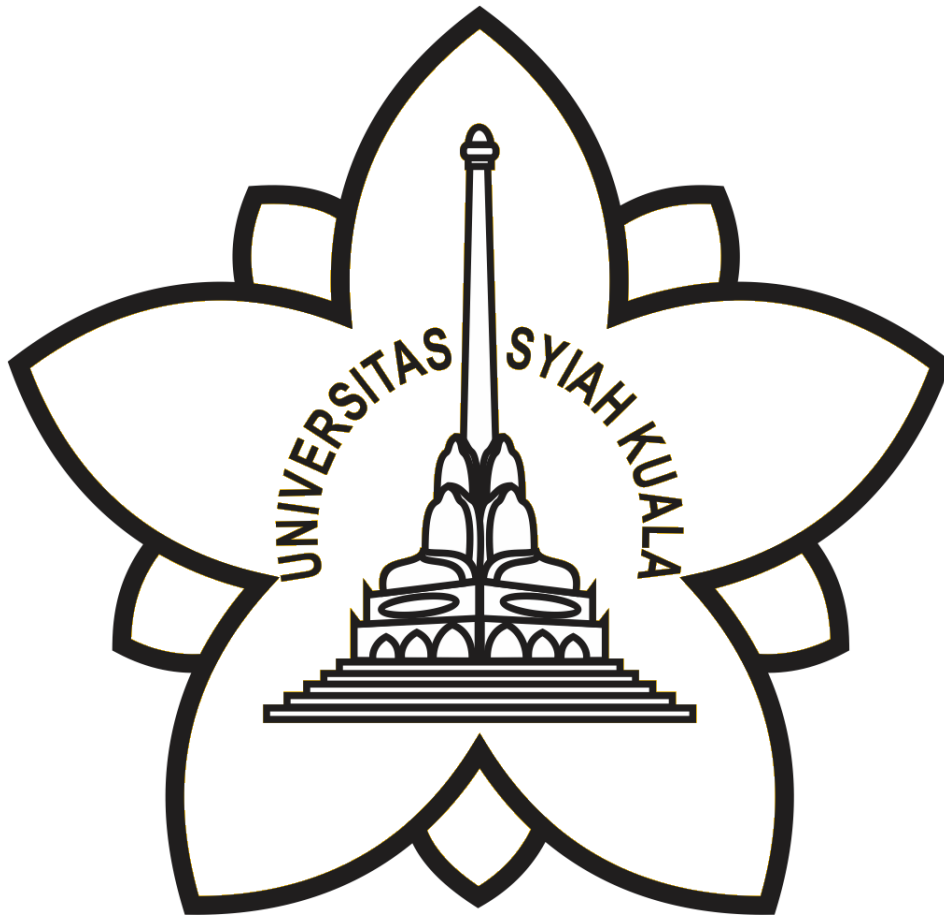


**Lampiran 4.**

**Tabulasi Data *Entrepreneurship* Uji Coba (*Try Out*)**



Subjek	A i t e m																																				Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	
21	4	4	3	3	3	1	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	124
22	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	125
23	4	4	4	2	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	128
24	3	3	3	2	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3	125
25	3	3	2	3	3	2	4	4	3	2	3	4	1	4	3	3	2	3	4	4	2	3	2	3	3	3	3	2	4	4	4	3	4	3	4	4	111
26	4	4	4	4	3	2	3	4	4	2	4	3	2	4	3	2	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	2	4	2	3	3	3	4	3	113
27	4	3	4	3	4	2	4	4	3	2	4	3	1	4	4	2	1	3	3	4	2	4	2	3	4	3	3	2	4	4	3	3	3	3	3	4	112
28	3	3	3	4	3	2	4	4	3	2	3	4	1	4	3	2	2	4	3	4	2	3	2	4	3	3	4	2	3	4	3	4	4	4	3	4	113
29	3	3	3	3	3	2	3	4	3	1	4	3	1	4	3	2	1	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	4	3	4	3	105
30	4	4	4	3	3	1	3	3	3	3	4	3	1	4	4	3	2	3	3	3	2	4	2	4	3	3	3	1	3	3	3	4	4	3	4	4	111
31	4	4	4	3	4	1	4	4	4	2	4	4	2	4	4	1	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	2	4	4	3	3	3	4	4	3	119
32	4	3	2	3	3	2	3	4	4	3	4	3	2	3	4	2	2	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	116
33	4	4	4	2	4	3	4	4	4	2	4	3	2	4	4	1	1	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	2	4	4	3	3	4	4	3	4	119
34	4	4	3	1	4	4	4	4	4	1	4	4	2	4	4	2	2	4	4	4	2	3	2	4	4	3	4	2	4	3	4	4	4	4	4	4	122
35	4	4	4	3	4	2	3	3	3	1	4	3	2	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	2	4	3	3	3	1	3	3	3	4	4	3	4	115



**Lampiran 5.**

**Hasil Analisis Data *Sensation Seeking* dan *Entrepreneurship Uji Coba***

***(TryOut)***

## HASIL ANALISIS DATA *SENSATION SEEKING* UJI COBA (*TRY OUT*)

### A. Reliabilitas *Sensation Seeking*

**Case Processing Summary**

	N	%
Valid	35	100,0
Cases Excluded <sup>a</sup>	0	,0
Total	35	100,0

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,812	8

### B. Koefisien Korelasi Aitem Total

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
SS1	27,77	24,476	,441	,803
SS2	27,89	24,339	,544	,792
SS3	28,43	23,546	,391	,813
SS4	28,14	23,714	,470	,799
SS5	28,46	22,138	,419	,816
SS6	27,91	23,022	,637	,778
SS7	27,94	22,173	,698	,768
SS8	27,86	20,067	,748	,754

## HASIL ANALISIS DATA *ENTREPRENEURSHIP* UJI COBA (*TRY OUT*)

### A. Reliabilitas *Entrepreneurship*

#### Case Processing Summary

	N	%
Valid	35	100,0
Cases Excluded <sup>a</sup>	0	,0
Total	35	100,0

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,826	36

### B. Koefisien Korelasi Aitem Total

#### Item-Total Statistics

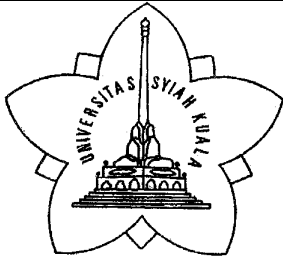
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
E1	118,54	77,726	,099	,827
E2	118,66	74,879	,419	,819
E3	118,77	75,534	,270	,823
E4	119,89	89,869	-,656	,862
E5	118,89	77,692	,100	,827
E6	119,26	70,961	,429	,817
E7	118,66	76,761	,200	,825
E8	118,63	78,770	-,028	,830
E9	118,57	72,723	,626	,814
E10	119,31	67,928	,634	,808
E11	118,46	76,491	,281	,823
E12	118,74	74,726	,384	,820
E13	119,29	66,857	,606	,808
E14	118,49	78,551	,003	,829
E15	118,66	76,350	,247	,824
E16	119,23	70,887	,425	,818
E17	119,11	69,281	,534	,813

E18	118,74	74,255	,487	,818
E19	118,83	76,087	,281	,823
E20	118,80	75,988	,254	,823
E21	118,94	69,114	,689	,807
E22	118,60	76,012	,230	,824
E23	118,97	69,264	,650	,809
E24	118,77	75,182	,337	,821
E25	118,77	74,476	,463	,818
E26	118,89	75,928	,311	,822
E27	118,83	75,499	,350	,821
E28	119,31	68,869	,593	,810
E29	118,71	77,151	,153	,826
E30	118,77	77,064	,124	,827
E31	118,97	75,793	,222	,824
E32	118,63	75,240	,302	,822
E33	118,54	76,608	,203	,825
E34	118,69	73,398	,526	,816
E35	118,43	75,899	,321	,822
E36	118,66	75,879	,266	,823



**Lampiran 6.**

*Alat Ukur Sensation Seeking dan Entrepreneurship*



**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI  
FAKULTAS KEDOKTERAN  
UNIVERSITAS SYIAH KUALA  
BANDA ACEH-2017**

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Saya adalah mahasiswa Program Studi Psikologi Fakultas Kedokteran Unsyiah. Saat ini saya sedang melaksanakan penelitian untuk menyelesaikan tugas akhir (skripsi) sebagai salah satu syarat memperoleh gelar kesarjanaan S1 Psikologi. Oleh karena itu, untuk memperoleh data-data yang menunjang penelitian ini saya memohon kesediaan Anda untuk menjawab beberapa pernyataan-pernyataan yang terdapat dalam skala ini.

Jawaban yang Anda berikan tidak ada yang salah dan tidak akan memengaruhi penilaian. Data dalam penelitian ini termasuk identitas akan dijaga kerahasiaannya dan hanya akan dipergunakan dalam penelitian ini. Besar harapan saya untuk Anda dapat berpartisipasi dalam penelitian ini.

Atas kesedian dan partisipasinya, saya mengucapkan terima kasih.

Hormat saya,  
Peneliti

Rahmad Mirza

## IDENTITAS DIRI

- Nama (inisial) : .....
- Usia : ..... Tahun
- Jenis Kelamin :  Laki-laki  
 Perempuan
- Tahun Kelulusan :  2015  
 2016  
 2017
- Fakultas :  Ekonomi  
 Kedokteran Hewan  
 Hukum  
 Teknik  
 Pertanian  
 KIP  
 Kedokteran  
 MIPA  
 FISIP  
 KKP  
 Keperawatan  
 Kedokteran Gigi
- Jenis Usaha/Bisnis :  Jasa/Layanan  
 Dagang  
 Keahlian  
 Karya/Produsen  
 Lainnya.....

Sumber Modal :  Modal Sendiri/Pribadi  
Usaha/Bisnis  Modal Kerjasama  
 Kemitraan  
 Pinjaman/Kredit  
 Lainnya.....

Lama Usaha/Bisnis : ..... Tahun ..... Bulan  
berjalan

Nama Tempat : .....

Usaha/Bisnis\*

*\*Opsional*

Saya dengan identitas tersebut di atas telah memahami maksud dan tujuan penelitian ini. Oleh karena itu, saya dengan sukarela setuju untuk menjadi subjek dalam penelitian yang dilakukan oleh Rahmad Mirza.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya untuk dapat digunakan seperlunya.

Banda Aceh,

2017

(\_\_\_\_\_)

## PETUNJUK PENGISIAN

Di bawah ini, terdapat beberapa pernyataan. Bacalah setiap pernyataan tersebut dengan seksama dan pilihlah salah satu pilihan jawaban yang paling sesuai dengan diri Saudara (i) dan kemudian silahkan beri tanda centang (√) pada kolom yang telah disediakan.

Sebagai contoh :

<b>Pernyataan</b>	<b>Sangat Tidak Setuju</b>	<b>Tidak Setuju</b>	<b>Setuju</b>	<b>Sangat Setuju</b>
Saya sangat menikmati pekerjaan saya sebagai pengusaha muda		√		

Jika Saudara (i) ingin mengubah jawaban, maka Saudara (i) dapat memberikan tanda garis pada jawaban sebelumnya lalu pilihlah jawaban lainnya yang Saudara (i) inginkan, seperti contoh berikut :

<b>Pernyataan</b>	<b>Sangat Tidak Setuju</b>	<b>Tidak Setuju</b>	<b>Setuju</b>	<b>Sangat Setuju</b>
Saya sangat menikmati pekerjaan saya sebagai pengusaha muda		√		√

Jawablah setiap pernyataan dengan jujur dan sesuai dengan diri Saudara (i). Setiap orang dapat memiliki jawaban yang berbeda, sehingga tidak ada jawaban yang salah.

## SKALA I

No	Pernyataan	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Sangat Setuju
1	Saya yakin mampu menghadapi tantangan dalam menjalankan usaha saya				
2	Saya mampu mengatasi keadaan sulit yang saya hadapi				
3	Saya mampu untuk memperhitungkan berbagai kemungkinan sebelum mengambil keputusan penting				
4	Saya membaca koran/majalah/buku/media lainnya untuk mendapatkan informasi dunia usaha				
5	Saya yakin usaha yang sedang saya jalankan akan tumbuh dan berkembang sesuai harapan saya				
6	Saya sering berbagi ide-ide usaha baru yang bisa dijalankan oleh teman-teman saya				
7	Persaingan usaha yang terjadi saat ini membuat saya pesimis mampu mempertahankan usaha saya				
8	Terkadang saya merasa tidak bersemangat dalam menjalankan usaha saya				
9	Saya sering salah dalam memperhitungkan resiko saat mengambil keputusan				
10	Saya baru menyadari adanya keadaan yang tidak menentu ketika keadaan itu sudah terjadi				

No	Pernyataan	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Sangat Setuju
11	Saya merasa usaha yang saya miliki sulit untuk berhasil				
12	Saya sulit mengembangkan usaha karena saya kesulitan untuk memperoleh ide-ide baru				
13	Saya menggunakan seluruh waktu beserta finansial/keuangan untuk memperbesar usaha saya				
14	Saya selalu menjaga semangat dalam menjalankan usaha agar tidak turun				
15	Saya berani mencoba hal hal baru untuk mendapatkan lebih banyak keuntungan				
16	Saya selalu membaca pengalaman orang-orang sukses agar bisa belajar mengenai penyelesaian masalah dalam dunia usaha				
17	Saya merasa mampu menjalankan usaha karena banyak ide-ide usaha baru yang saya pikirkan				
18	Semangat saya sering turun ketika menghadapi banyak masalah dalam usaha				
19	Kadang sulit untuk mendapatkan banyak keuntungan ketika melakukan terobosan baru dalam usaha saya				
20	Saya kurang memiliki informasi mengenai perubahan yang terjadi dalam dunia usaha				

No	Pernyataan	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Sangat Setuju
21	Kadang saya ragu-ragu masuk dalam dunia usaha karena saya takut gagal				
22	Kadang saya takut merasa rugi jika saya mengembangkan ide baru dalam usaha saya				
23	Saya sering takut akan mengalami kerugian yang besar				
24	Saya sulit mengembangkan usaha saya karena kurangnya keberanian saya dalam berinovasi				

**PASTIKAN SEMUA SUDAH DIISI YA!**

## PETUNJUK PENGISIAN

Di bawah ini, terdapat beberapa pernyataan. Bacalah setiap pernyataan tersebut dengan seksama dan pilihlah salah satu pilihan jawaban yang paling sesuai dengan diri Saudara (i) dan kemudian silahkan beri tanda centang (√) pada kolom yang telah disediakan.

Sebagai contoh :

<b>Pernyataan</b>	<b>Sangat Tidak Setuju</b>	<b>Tidak Setuju</b>	<b>Netral</b>	<b>Setuju</b>	<b>Sangat Setuju</b>
Saya suka melakukan hal-hal yang menakutkan			√		

Jika Saudara (i) ingin mengubah jawaban, maka Saudara (i) dapat memberikan tanda garis pada jawaban sebelumnya lalu pilihlah jawaban lainnya yang Saudara (i) inginkan, seperti contoh berikut :

<b>Pernyataan</b>	<b>Sangat tidak setuju</b>	<b>Tidak setuju</b>	<b>Netral</b>	<b>Setuju</b>	<b>Sangat Setuju</b>
Saya suka melakukan hal-hal yang menakutkan			<del>√</del>	√	

Jawablah setiap pernyataan dengan jujur dan sesuai dengan diri Saudara (i). Setiap orang dapat memiliki jawaban yang berbeda, sehingga tidak ada jawaban yang salah.

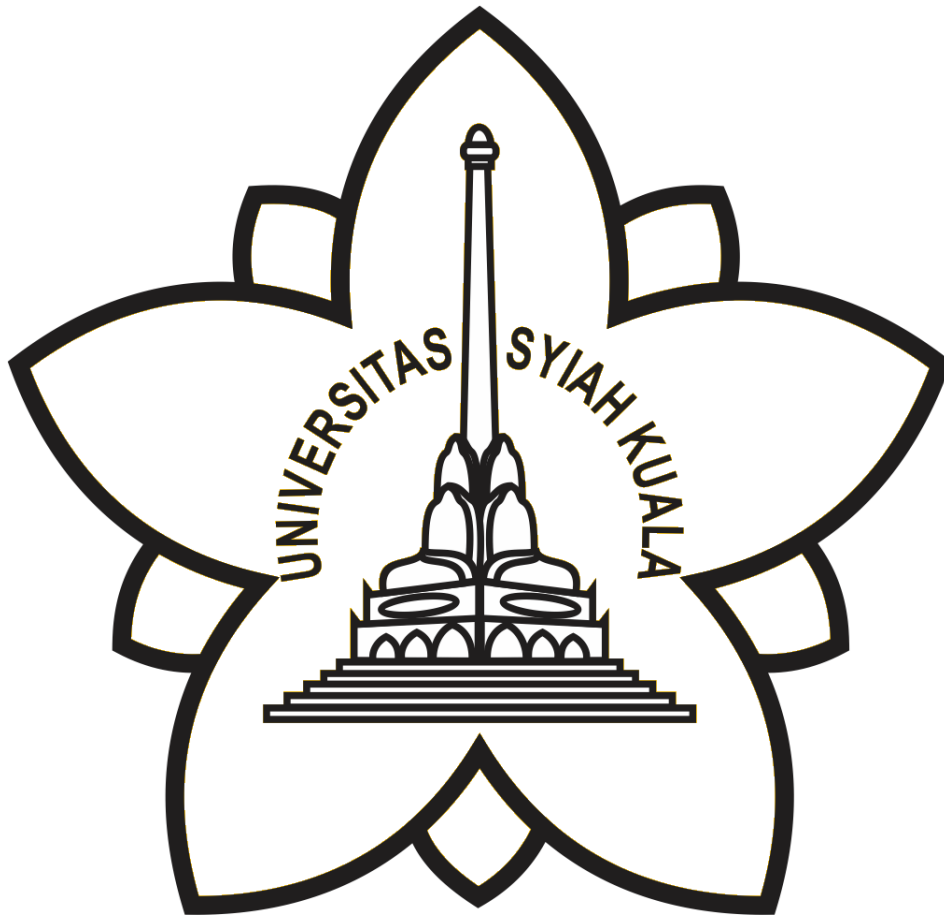
## SKALA II

No	Pernyataan	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju
1	Saya suka melakukan hal-hal yang menakutkan					
2	Saya suka untuk mengunjungi tempat-tempat baru yang unik					
3	Saya suka hura-hura					
4	Saya gelisah ketika menghabiskan banyak waktu dirumah					
5	Saya suka untuk mencoba melakukan terjun payung					
6	Saya suka melakukan perjalanan tanpa merencanakan tempat dan waktunya lebih dulu					
7	Saya suka pengalaman baru yang menarik, meskipun saya harus melawan aturan					
8	Saya lebih suka berteman dengan orang yang menarik dan tidak terduga					

**PASTIKAN SEMUA SUDAH DIISI YA!**

**TERIMA KASIH ATAS PARTISIPASINYA**





**Lampiran 7.**

**Data Demografi Subjek Penelitian**

### DATA DEMOGRAFI PENELITIAN

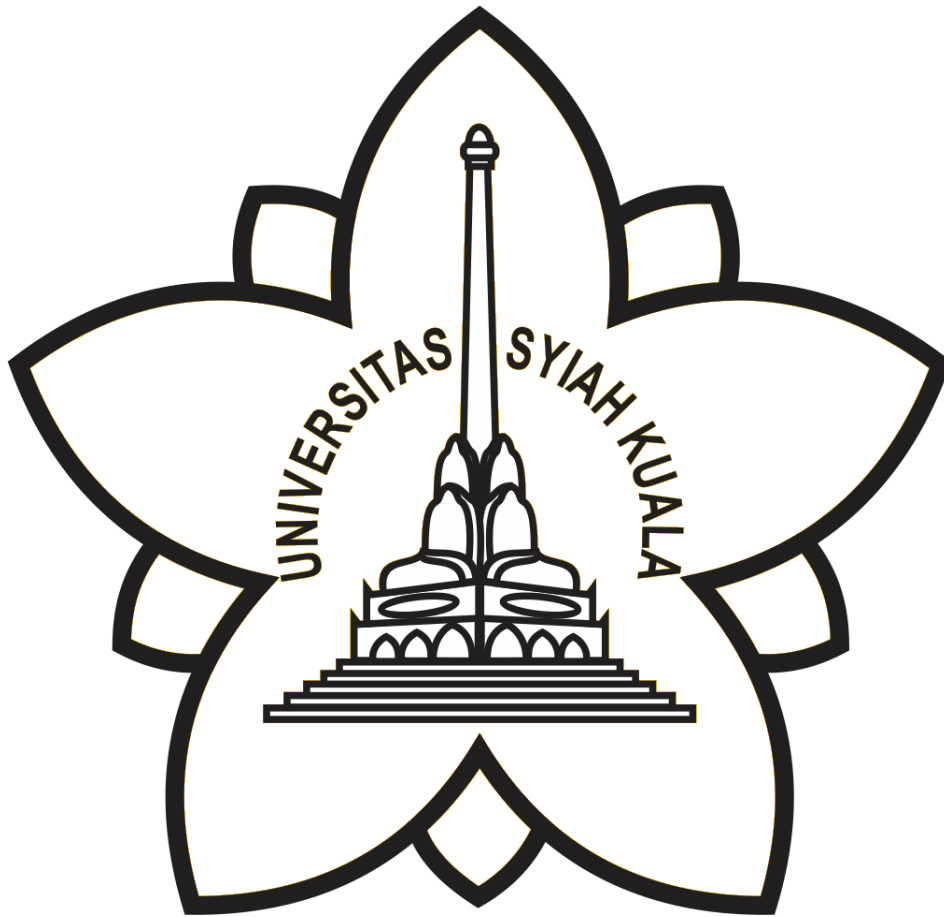
Subjek	Usia	Jenis Kelamin	Tahun Kelulusan	Fakultas	Jenis Usaha/Bisnis	Sumber Modal Usaha/Bisnis	Lama Usaha/Bisnis Berjalan	Nama Tempat Usaha/Bisnis
1	24 Tahun	Laki-laki	2016	KIP	Dagang	Sendiri/Pribadi	25 Bulan	
2	22 Tahun	Laki-laki	2017	KIP	Lainnya	Sendiri/Pribadi	6 Bulan	
3	26 Tahun	Perempuan	2015	Ekonomi	Dagang	Sendiri/Pribadi	30 Bulan	
4	25 Tahun	Laki-laki	2015	Ekonomi	Dagang	Kerjasama	26 Bulan	Cocomix Cafe
5	26 Tahun	Laki-laki	2015	Hukum	Karya/Produsen	Sendiri/Pribadi	34 Bulan	
6	23 Tahun	Laki-laki	2016	Ekonomi	Dagang	Kerjasama	8 Bulan	Secude
7	33 Tahun	Laki-laki	2015	Ekonomi	Jasa/Layanan	Sendiri/Pribadi	24 Bulan	
8	23 Tahun	Laki-laki	2016	Ekonomi	Dagang	Kerjasama	8 Bulan	Secude Street Food
9	25 Tahun	Laki-laki	2015	Ekonomi	Jasa/Layanan	Kerjasama	17 Bulan	Fix Design
10	25 Tahun	Laki-laki	2015	Ekonomi	Jasa/Layanan	Sendiri/Pribadi	24 Bulan	PT. Alas Putra
11	25 Tahun	Laki-laki	2015	FISIP	Dagang	Sendiri/Pribadi	25 Bulan	
12	28 Tahun	Laki-laki	2015	Teknik	Jasa/Layanan	Sendiri/Pribadi	15 Bulan	Brother Kupi
13	24 Tahun	Laki-laki	2015	Hukum	Dagang	Sendiri/Pribadi	17 Bulan	Z Coffe
14	29 Tahun	Laki-laki	2016	Kedokteran	Jasa/Layanan	Kerjasama	25 Bulan	Cocomix Cafe, AWB Production
15	24 Tahun	Laki-laki	2016	Teknik	Jasa/Layanan	Kemitraan	22 Bulan	Sahabat Motor
16	23 Tahun	Laki-laki	2016	FISIP	Dagang	Sendiri/Pribadi	27 Bulan	
17	22 Tahun	Perempuan	2017	Ekonomi	Karya/Produsen	Pinjaman/Kredit	7 Bulan	
18	24 Tahun	Laki-laki	2016	Ekonomi	Dagang	Sendiri/Pribadi	12 Bulan	Dimsum
19	24 Tahun	Laki-laki	2016	Pertanian	Jasa/Layanan	Sendiri/Pribadi	24 Bulan	
20	22 Tahun	Perempuan	2016	Ekonomi	Karya/Produsen	Pinjaman/Kredit	9 Bulan	
21	23 Tahun	Perempuan	2016	Ekonomi	Karya/Produsen	Kerjasama	20 Bulan	
22	24 Tahun	Laki-laki	2015	Ekonomi	Dagang	Sendiri/Pribadi	25 Bulan	
23	21 Tahun	Perempuan	2017	Ekonomi	Dagang	Sendiri/Pribadi	7 Bulan	
24	23 Tahun	Laki-laki	2016	Hukum	Dagang	Sendiri/Pribadi	16 Bulan	

Subjek	Usia	Jenis Kelamin	Tahun Kelulusan	Fakultas	Jenis Usaha/Bisnis	Sumber Modal Usaha/Bisnis	Lama Usaha/Bisnis Berjalan	Nama Tempat Usaha/Bisnis
25	24 Tahun	Laki-laki	2016	KIP	Jasa/Layanan	Sendiri/Pribadi	14 Bulan	
26	23 Tahun	Perempuan	2016	Ekonomi	Dagang	Sendiri/Pribadi	19 Bulan	
27	24 Tahun	Laki-laki	2016	Teknik	Keahlian	Kerjasama	18 Bulan	
28	25 Tahun	Perempuan	2015	KKP	Karya/Produsen	Kerjasama	13 Bulan	
29	22 Tahun	Laki-laki	2016	Kedokteran	Keahlian	Kemitraan	18 Bulan	
30	26 Tahun	Laki-laki	2015	MIPA	Dagang	Sendiri/Pribadi	26 Bulan	
31	25 Tahun	Laki-laki	2016	Hukum	Dagang	Sendiri/Pribadi	25 Bulan	
32	25 Tahun	Laki-laki	2016	Ekonomi	Dagang	Sendiri/Pribadi	15 Bulan	
33	25 Tahun	Laki-laki	2016	Ekonomi	Jasa/Layanan	Sendiri/Pribadi	24 Bulan	Sarjana Florist
34	24 Tahun	Perempuan	2017	Kedokteran	Dagang	Sendiri/Pribadi	7 Bulan	
35	25 Tahun	Laki-laki	2015	Kedokteran	Jasa/Layanan	Kemitraan	17 Bulan	Paytren
36	23 Tahun	Laki-laki	2016	Hukum	Jasa/Layanan	Sendiri/Pribadi	12 Bulan	Istanbul PS3
37	23 Tahun	Perempuan	2016	Kedokteran	Keahlian	Sendiri/Pribadi	24 Bulan	Yunnarts
38	24 Tahun	Perempuan	2016	Kedokteran	Jasa/Layanan	Sendiri/Pribadi	14 Bulan	
39	23 Tahun	Perempuan	2016	Ekonomi	Dagang	Sendiri/Pribadi	13 Bulan	
40	23 Tahun	Laki-laki	2016	Kedokteran	Keahlian	Sendiri/Pribadi	15 Bulan	Enjoy Aceh
41	23 Tahun	Laki-laki	2016	Ekonomi	Dagang	Kerjasama	14 Bulan	Zuppa Soup Boss
42	26 Tahun	Laki-laki	2015	Ekonomi	Jasa/Layanan	Sendiri/Pribadi	32 Bulan	Cut En Coffe
43	24 Tahun	Laki-laki	2015	Pertanian	Dagang	Sendiri/Pribadi	28 Bulan	
44	22 Tahun	Laki-laki	2016	Pertanian	Karya/Produsen	Sendiri/Pribadi	8 Bulan	Maju Karya
45	24 Tahun	Laki-laki	2016	Kedokteran Gigi	Jasa/Layanan	Kerjasama	8 Bulan	
46	26 Tahun	Laki-laki	2015	Ekonomi	Dagang	Pinjaman/Kredit	30 Bulan	
47	25 Tahun	Laki-laki	2016	Hukum	Dagang	Sendiri/Pribadi	21 Bulan	Dua Saudara
48	25 Tahun	Laki-laki	2015	Ekonomi	Dagang	Kerjasama	36 Bulan	Bakso Kita
49	23 Tahun	Perempuan	2016	Kedokteran	Dagang	Sendiri/Pribadi	14 Bulan	Jualan Jus
50	24 Tahun	Laki-laki	2015	MIPA	Jasa/Layanan	Kemitraan	19 Bulan	

Subjek	Usia	Jenis Kelamin	Tahun Kelulusan	Fakultas	Jenis Usaha/Bisnis	Sumber Modal Usaha/Bisnis	Lama Usaha/Bisnis Berjalan	Nama Tempat Usaha/Bisnis
51	25 Tahun	Perempuan	2016	Kedokteran	Dagang	Sendiri/Pribadi	12 Bulan	Olshop
52	22 Tahun	Perempuan	2016	Kedokteran	Keahlian	Kerjasama	28 Bulan	Syahdu Family
53	24 Tahun	Perempuan	2016	Ekonomi	Dagang	Sendiri/Pribadi	25 Bulan	Aphrodite
54	23 Tahun	Laki-laki	2016	Kedokteran	Jasa/Layanan	Kerjasama	8 Bulan	
55	23 Tahun	Laki-laki	2016	Pertanian	Dagang	Sendiri/Pribadi	15 Bulan	
56	24 Tahun	Laki-laki	2016	Ekonomi	Dagang	Kerjasama	26 Bulan	
57	23 Tahun	Perempuan	2016	Kedokteran	Karya/Produsen	Sendiri/Pribadi	13 Bulan	
58	21 Tahun	Laki-laki	2017	Ekonomi	Dagang	Sendiri/Pribadi	6 Bulan	
59	23 Tahun	Perempuan	2016	FISIP	Jasa/Layanan	Sendiri/Pribadi	15 Bulan	
60	23 Tahun	Laki-laki	2016	Ekonomi	Dagang	Sendiri/Pribadi	13 Bulan	
61	23 Tahun	Perempuan	2017	Kedokteran	Dagang	Sendiri/Pribadi	7 Bulan	
62	24 Tahun	Laki-laki	2015	Teknik	Keahlian	Kemitraan	19 Bulan	
63	28 Tahun	Laki-laki	2015	Hukum	Dagang	Sendiri/Pribadi	32 Bulan	
64	23 Tahun	Laki-laki	2016	Teknik	Keahlian	Kerjasama	16 Bulan	CV Ahli Mandiri
65	23 Tahun	Perempuan	2016	Kedokteran	Karya/Produsen	Sendiri/Pribadi	14 Bulan	Cilpa Group
66	23 Tahun	Laki-laki	2016	Teknik	Dagang	Sendiri/Pribadi	6 Bulan	
67	22 Tahun	Laki-laki	2016	Ekonomi	Dagang	Sendiri/Pribadi	9 Bulan	Serikat Maju
68	23 Tahun	Perempuan	2016	Kedokteran	Karya/Produsen	Kerjasama	15 Bulan	Wardimoch
69	23 Tahun	Perempuan	2016	Ekonomi	Karya/Produsen	Sendiri/Pribadi	19 Bulan	Unique Bracellet
70	23 Tahun	Perempuan	2016	Pertanian	Keahlian	Kerjasama	15 Bulan	
71	22 Tahun	Laki-laki	2016	Ekonomi	Dagang	Sendiri/Pribadi	14 Bulan	
72	23 Tahun	Laki-laki	2016	Ekonomi	Jasa/Layanan	Kerjasama	14 Bulan	
73	26 Tahun	Laki-laki	2015	Ekonomi	Jasa/Layanan	Sendiri/Pribadi	15 Bulan	Feri Corp
74	21 Tahun	Perempuan	2017	Pertanian	Jasa/Layanan	Sendiri/Pribadi	7 Bulan	
75	23 Tahun	Laki-laki	2016	Ekonomi	Dagang	Pinjaman/Kredit	12 Bulan	
76	25 Tahun	Laki-laki	2015	Ekonomi	Dagang	Sendiri/Pribadi	28 Bulan	BMW Kupi
77	25 Tahun	Laki-laki	2016	Ekonomi	Dagang	Kerjasama	25 Bulan	

Subjek	Usia	Jenis Kelamin	Tahun Kelulusan	Fakultas	Jenis Usaha/Bisnis	Sumber Modal Usaha/Bisnis	Lama Usaha/Bisnis Berjalan	Nama Tempat Usaha/Bisnis
78	25 Tahun	Laki-laki	2015	Ekonomi	Dagang	Sendiri/Pribadi	25 Bulan	
79	23 Tahun	Laki-laki	2016	Ekonomi	Kuliner	Sendiri/Pribadi	16 Bulan	
80	23 Tahun	Laki-laki	2016	Ekonomi	Jasa/Layanan	Kerjasama	14 Bulan	AWB Cinema Production
81	25 Tahun	Laki-laki	2015	Teknik	Jasa/Layanan	Kerjasama	13 Bulan	
82	22 Tahun	Perempuan	2016	Kedokteran	Keahlian	Kerjasama	10 Bulan	Polka Flory
83	24 Tahun	Perempuan	2016	Ekonomi	Dagang	Sendiri/Pribadi	7 Bulan	
84	23 Tahun	Perempuan	2017	Kedokteran	Jasa/Layanan	Sendiri/Pribadi	9 Bulan	Mengajar
85	24 Tahun	Laki-laki	2016	Ekonomi	Dagang	Sendiri/Pribadi	16 Bulan	
86	24 Tahun	Perempuan	2016	Kedokteran	Keahlian	Sendiri/Pribadi	28 Bulan	Penyiar Radio
87	23 Tahun	Perempuan	2016	Ekonomi	Jasa/Layanan	Sendiri/Pribadi	13 Bulan	
88	23 Tahun	Perempuan	2015	KIP	Jasa/Layanan	Sendiri/Pribadi	22 Bulan	Jualan Kue
89	23 Tahun	Laki-laki	2016	Ekonomi	Dagang	Sendiri/Pribadi	9 Bulan	
90	24 Tahun	Laki-laki	2015	Teknik	Jasa/Layanan	Sendiri/Pribadi	11 Bulan	Reparasi
91	23 Tahun	Laki-laki	2016	Hukum	Keahlian	Kerjasama	8 Bulan	
92	24 Tahun	Laki-laki	2015	KIP	Jasa/Layanan	Sendiri/Pribadi	30 Bulan	Tentor
93	22 Tahun	Perempuan	2017	Ekonomi	Keahlian	Sendiri/Pribadi	6 Bulan	
94	24 Tahun	Laki-laki	2015	MIPA	Dagang	Sendiri/Pribadi	10 Bulan	Jual Baju Koko
95	23 Tahun	Perempuan	2016	Ekonomi	Jasa/Layanan	Kerjasama	19 Bulan	
96	22 Tahun	Perempuan	2016	Hukum	Dagang	Sendiri/Pribadi	6 Bulan	Jual Jilbab Online
97	25 Tahun	Laki-laki	2016	Teknik	Jasa/Layanan	Kerjasama	25 Bulan	
98	23 Tahun	Perempuan	2016	Kedokteran	Keahlian	Sendiri/Pribadi	10 Bulan	Jual Tas Rajut
99	23 Tahun	Laki-laki	2016	Ekonomi	Dagang	Sendiri/Pribadi	14 Bulan	
100	24 Tahun	Laki-laki	2015	Kedokteran Hewan	Keahlian	Sendiri/Pribadi	10 Bulan	Fotografer
101	24 Tahun	Laki-laki	2016	Ekonomi	Dagang	Sendiri/Pribadi	8 Bulan	
102	24 Tahun	Laki-laki	2015	FISIP	Keahlian	Sendiri/Pribadi	25 Bulan	MC
103	23 Tahun	Perempuan	2016	Ekonomi	Jasa/Layanan	Sendiri/Pribadi	16 Bulan	

Subjek	Usia	Jenis Kelamin	Tahun Kelulusan	Fakultas	Jenis Usaha/Bisnis	Sumber Modal Usaha/Bisnis	Lama Usaha/Bisnis Berjalan	Nama Tempat Usaha/Bisnis
104	24 Tahun	Perempuan	2015	KIP	Dagang	Sendiri/Pribadi	10 Bulan	Flowery
105	24 Tahun	Perempuan	2016	Ekonomi	Dagang	Kerjasama	12 Bulan	
106	24 Tahun	Perempuan	2016	Kedokteran	Dagang	Kerjasama	20 Bulan	Polka Flory
107	23 Tahun	Perempuan	2016	Ekonomi	Dagang	Kerjasama	7 Bulan	
108	23 Tahun	Perempuan	2017	Kedokteran	Dagang	Kerjasama	20 Bulan	Polka Flory
109	25 Tahun	Laki-laki	2015	Ekonomi	Dagang	Pinjaman/Kredit	25 Bulan	
110	23 Tahun	Perempuan	2017	Kedokteran	Dagang	Kerjasama	20 Bulan	Polka Flory
111	23 Tahun	Perempuan	2016	Ekonomi	Dagang	Kemitraan	21 Bulan	
112	23 Tahun	Laki-laki	2016	Teknik	Jasa/Layanan	Sendiri/Pribadi	14 Bulan	Fotografer
113	23 Tahun	Perempuan	2016	Ekonomi	Dagang	Sendiri/Pribadi	7 Bulan	
114	23 Tahun	Perempuan	2016	Kedokteran	Dagang	Kerjasama	27 Bulan	Shaquella Store
115	22 Tahun	Perempuan	2017	Ekonomi	Karya/Produsen	Sendiri/Pribadi	8 Bulan	
116	23 Tahun	Perempuan	2016	Hukum	Dagang	Sendiri/Pribadi	8 Bulan	Jual Baju
117	24 Tahun	Laki-laki	2015	Teknik	Jasa/Layanan	Sendiri/Pribadi	13 Bulan	
118	24 Tahun	Perempuan	2017	Pertanian	Dagang	Sendiri/Pribadi	7 Bulan	Bouquet
119	23 Tahun	Perempuan	2016	Hukum	Keahlian	Kerjasama	15 Bulan	
120	23 Tahun	Perempuan	2016	KIP	Dagang	Sendiri/Pribadi	29 Bulan	Dandelion



**Lampiran 8.**

**Tabulasi Data *Sensation Seeking***

**TABULASI DATA *SENSATION SEEKING***

Subjek	Aitem								Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	
1	2	5	4	5	4	2	2	5	29
2	2	5	1	1	2	1	1	1	14
3	3	4	3	1	3	5	4	3	26
4	5	5	3	5	1	4	3	3	29
5	2	4	5	3	1	5	4	4	28
6	4	3	2	5	4	4	5	5	32
7	3	4	3	4	2	3	4	3	26
8	4	4	3	3	1	4	4	3	26
9	3	5	1	4	2	3	4	3	25
10	5	5	5	5	5	5	2	5	37
11	2	4	4	4	2	4	4	3	27
12	2	3	2	3	2	2	4	3	21
13	3	4	3	4	2	1	3	3	23
14	3	5	2	2	1	1	4	5	23
15	4	4	3	4	4	5	5	5	34
16	3	4	3	4	3	4	5	4	30
17	4	4	5	4	3	4	5	4	33
18	1	4	5	4	4	4	4	5	31
19	4	4	3	4	5	4	3	3	30
20	2	1	4	5	5	5	4	5	31
21	4	4	3	4	4	4	3	3	29

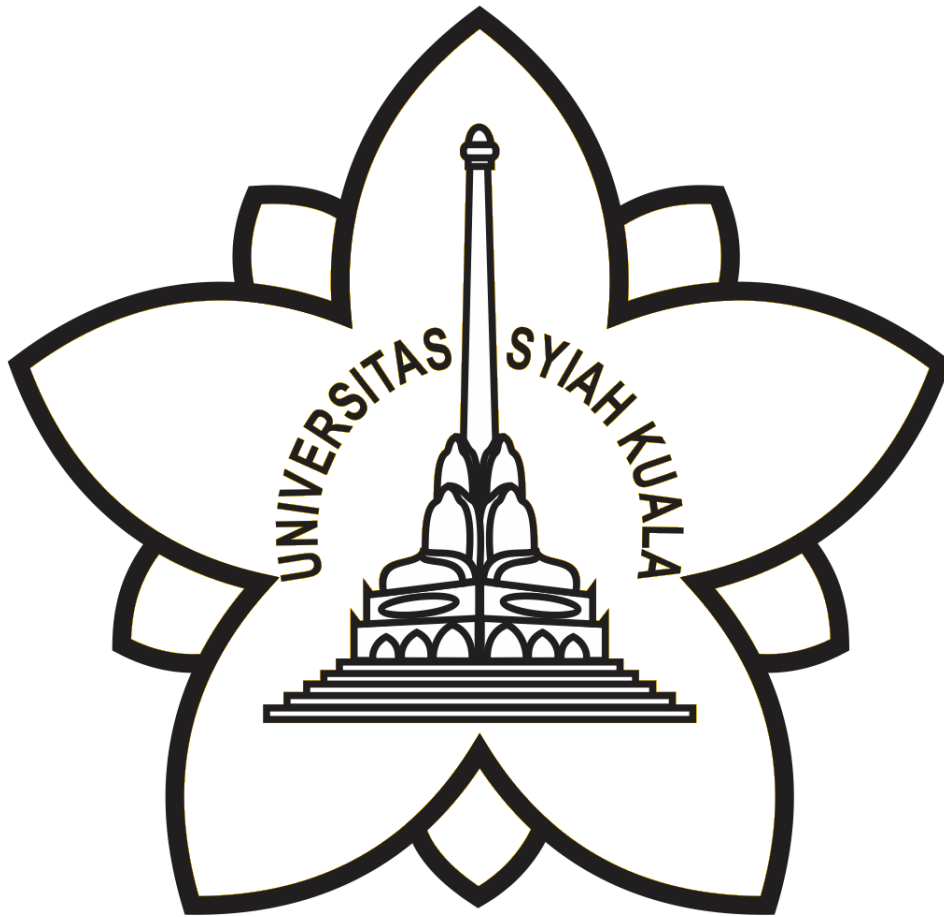
Subjek	Aitem								Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	
22	4	4	4	5	5	4	5	4	35
23	4	5	4	4	4	5	4	4	34
24	4	4	5	4	4	4	5	5	35
25	4	5	4	4	5	4	5	4	35
26	4	4	5	4	3	4	5	5	34
27	4	4	5	5	4	4	4	4	34
28	4	5	5	5	4	4	5	4	36
29	3	3	3	4	4	5	4	3	29
30	4	4	5	5	4	3	3	4	32
31	4	4	3	4	5	5	4	3	32
32	4	4	3	4	4	4	4	5	32
33	2	4	3	4	2	4	4	4	27
34	4	5	4	4	4	5	5	5	36
35	4	4	4	4	5	4	4	4	33
36	3	4	3	4	4	4	4	4	30
37	4	4	5	4	5	5	5	4	36
38	4	4	4	5	4	4	4	4	33
39	4	4	5	4	4	4	4	5	34
40	4	4	5	5	5	5	4	5	37
41	3	3	3	2	2	3	2	2	20
42	3	5	1	4	5	4	5	4	31
43	4	4	3	2	2	3	2	2	22
44	5	5	4	3	5	1	1	1	25

Subjek	Aitem								Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	
45	1	1	2	4	3	2	3	4	20
46	5	5	4	5	4	3	4	5	35
47	5	5	4	5	4	4	4	5	36
48	1	1	4	1	1	3	3	4	18
49	3	4	3	3	1	3	1	2	20
50	4	4	4	3	4	4	3	4	30
51	3	3	1	3	3	2	2	3	20
52	4	4	1	3	1	4	1	1	19
53	4	4	5	3	4	4	4	5	33
54	4	4	5	3	4	4	4	5	33
55	1	4	1	3	4	4	3	2	22
56	5	4	5	3	3	3	3	5	31
57	4	4	5	4	3	3	3	5	31
58	5	4	5	4	4	4	5	5	36
59	3	4	4	4	3	3	4	3	28
60	5	5	1	3	1	3	1	3	22
61	3	3	3	3	1	1	1	3	18
62	4	3	3	4	4	2	2	3	25
63	4	5	3	4	4	1	3	1	25
64	5	5	5	5	5	5	5	5	40
65	4	5	3	3	4	5	5	4	33
66	3	3	3	3	4	3	3	5	27
67	2	3	3	3	4	3	4	3	25

Subjek	Aitem								Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	
68	3	3	2	3	3	3	3	3	23
69	4	4	4	4	4	4	4	3	31
70	5	5	4	5	5	5	5	5	39
71	5	5	5	5	5	5	5	5	40
72	3	1	1	2	1	4	2	2	16
73	4	3	1	4	1	4	1	1	19
74	3	5	5	4	5	3	4	4	33
75	5	4	5	3	5	3	5	5	35
76	2	4	5	3	3	3	4	5	29
77	4	4	5	3	3	3	3	5	30
78	5	3	3	4	4	4	3	3	29
79	3	4	2	2	2	4	4	4	25
80	1	1	1	2	2	1	1	2	11
81	4	4	4	4	3	4	4	3	30
82	3	3	3	3	3	3	2	3	23
83	4	4	4	5	4	4	4	5	34
84	3	4	3	2	3	3	4	3	25
85	3	4	3	3	3	3	4	3	26
86	3	4	3	3	3	4	3	4	27
87	4	4	4	1	4	1	1	3	22
88	4	4	3	4	1	1	4	1	22
89	4	4	4	4	4	5	3	3	31
90	4	4	3	3	4	3	4	3	28

Subjek	Aitem								Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	
91	4	4	4	3	2	4	4	3	28
92	5	4	3	3	4	2	4	4	29
93	4	4	3	4	3	3	3	3	27
94	4	4	3	4	3	3	4	3	28
95	4	4	4	5	3	4	4	1	29
96	5	4	4	4	1	4	4	4	30
97	4	5	5	3	3	3	3	4	30
98	4	3	4	4	3	4	4	4	30
99	4	5	4	3	4	3	3	4	30
100	4	5	3	5	5	5	5	5	37
101	5	4	5	5	4	5	5	5	38
102	5	5	5	5	5	5	5	5	40
103	5	5	5	5	5	5	5	5	40
104	4	5	4	3	5	3	4	5	33
105	5	5	5	5	5	3	5	5	38
106	4	5	5	4	5	5	5	5	38
107	5	5	5	5	5	5	5	5	40
108	5	5	5	5	5	5	5	5	40
109	3	4	4	4	4	4	4	3	30
110	5	4	5	4	5	5	5	4	37
111	4	5	4	4	5	5	5	4	36
112	4	1	4	4	1	1	4	3	22
113	4	1	4	4	1	3	3	3	23

Subjek	Aitem								Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	
114	3	3	3	4	4	3	4	3	27
115	2	4	1	1	3	2	3	3	19
116	4	1	1	1	4	2	1	3	17
117	4	1	1	1	3	4	3	4	21
118	3	4	4	1	3	1	4	2	22
119	2	2	3	3	4	1	1	3	19
120	4	5	5	5	5	5	4	4	37



**Lampiran 9.**

**Tabulasi Data *Entrepreneurship***

**TABULASI DATA *ENTREPRENEURSHIP***

Subjek	A i t e m																								Total	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24		
1	3	3	3	4	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	2	3	3	3	72	
2	3	3	4	2	3	3	2	4	3	2	4	3	3	3	4	3	2	3	3	2	3	4	3	3	72	
3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	69	
4	4	4	3	4	4	4	1	2	3	1	4	4	4	4	4	4	3	1	2	4	3	4	4	4	79	
5	3	3	3	2	4	4	4	3	2	2	3	3	2	3	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	78	
6	4	3	4	3	4	2	3	4	3	2	4	3	4	3	4	3	3	3	2	2	3	1	3	3	73	
7	4	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	3	66	
8	4	3	3	3	4	3	3	4	3	2	3	3	2	4	3	4	3	3	2	2	3	3	2	2	71	
9	3	3	2	4	4	3	3	3	2	2	3	3	3	3	4	4	3	2	2	3	3	3	3	3	71	
10	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	91
11	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	67	
12	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	4	4	3	3	74	
13	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	4	3	3	73	
14	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	2	3	4	4	3	2	3	3	4	4	4	4	84	
15	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	87	
16	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	85	
17	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	86	
18	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	84	
19	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	86	
20	4	3	3	3	4	3	2	3	4	4	3	3	4	3	3	3	2	3	3	4	4	4	3	4	79	
21	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	85	

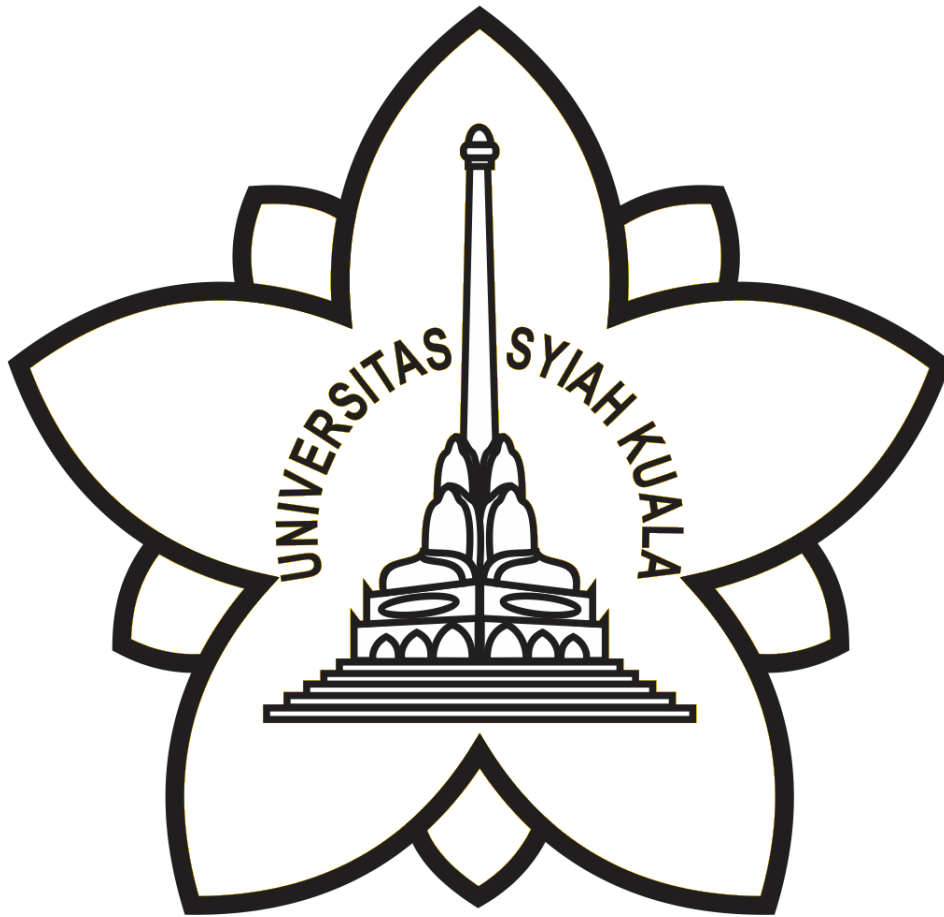
Subjek	A i t e m																								Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	
22	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	2	4	4	4	4	3	3	1	3	4	3	3	4	4	80
23	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	84
24	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	82
25	3	3	4	3	4	4	3	2	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	81
26	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	84
27	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	86
28	3	3	4	3	3	4	3	2	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	2	3	4	4	79
29	4	4	3	3	2	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	2	2	3	4	4	78
30	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	2	4	85
31	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	84
32	4	3	3	4	3	3	3	2	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	82
33	3	3	3	3	4	4	4	3	2	2	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	2	2	3	3	75
34	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	3	64
35	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	88
36	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	2	3	4	3	3	4	4	4	3	4	81
37	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	86
38	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	3	83
39	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	83
40	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	88
41	2	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	65
42	2	3	3	3	2	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	71
43	3	3	2	2	2	2	3	3	2	3	2	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	63
44	3	4	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	3	2	2	59

Subjek	A i t e m																								Total	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24		
45	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	61	
46	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	2	4	4	4	3	3	4	72	
47	2	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	1	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	3	80	
48	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	1	1	2	2	2	1	2	3	1	2	2	3	56	
49	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	4	4	4	3	3	3	2	1	2	4	62	
50	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	73	
51	2	2	3	3	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	57	
52	2	2	3	4	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2	58
53	3	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	1	3	3	55	
54	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	1	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	64	
55	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	4	3	3	4	59	
56	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2	3	2	55	
57	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	73	
58	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	81	
59	4	2	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	4	3	3	4	3	2	3	4	2	2	3	3	66	
60	2	2	3	1	2	3	2	2	3	1	2	2	2	2	3	4	2	2	3	2	2	3	2	3	55	
61	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2	2	3	2	3	2	2	3	2	2	3	2	2	45	
62	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	4	3	4	3	67	
63	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	54	
64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	93	
65	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	84	
66	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	1	1	3	1	2	2	2	2	3	2	2	2	55	
67	3	3	3	3	3	3	1	3	1	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	1	3	64	

Subjek	A i t e m																								Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	
68	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	4	69
69	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	80
70	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	91
71	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	89
72	3	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	56
73	2	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	2	3	3	2	2	2	3	2	3	2	3	2	2	59
74	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	78
75	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	90
76	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	70
77	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	81
78	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	2	3	3	2	2	3	71
79	2	3	2	3	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	4	2	2	3	3	3	3	63
80	1	2	3	1	3	1	2	1	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	1	2	1	1	40
81	3	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	3	3	3	54
82	3	2	3	2	3	3	2	2	2	1	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	55
83	3	4	2	2	2	2	3	2	2	3	3	2	3	3	4	2	2	2	2	2	3	3	3	3	62
84	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	3	3	4	51
85	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	48
86	4	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	4	4	3	3	3	2	3	3	3	2	3	63
87	4	2	3	4	3	3	2	2	2	2	4	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	2	4	3	66
88	4	4	3	2	3	3	2	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	61
89	2	2	4	3	3	2	4	2	2	3	2	3	3	2	3	2	2	2	2	2	4	4	2	3	63
90	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	4	3	2	47

Subjek	A i t e m																								Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	
91	3	1	2	2	2	2	3	2	2	4	2	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	68
92	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	79
93	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	67
94	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	48
95	4	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	1	61
96	4	3	4	3	3	3	3	3	2	4	3	3	2	3	4	4	3	3	1	2	4	3	4	4	75
97	3	1	3	4	4	4	3	3	4	1	3	1	1	4	3	4	3	3	1	3	4	3	3	3	69
98	4	2	3	4	4	3	4	3	4	3	3	2	3	4	4	3	3	2	2	3	4	2	3	3	75
99	4	3	3	4	3	4	3	4	3	2	3	4	4	4	2	3	3	3	2	4	3	3	4	3	78
100	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	85
101	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	2	3	2	4	3	4	80
102	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	88
103	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	93
104	3	2	3	3	3	4	3	2	2	2	2	2	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	73
105	4	2	4	4	4	3	3	2	2	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	2	3	4	4	3	81
106	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	1	3	3	4	3	3	4	4	2	4	4	3	81
107	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	90
108	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	2	4	4	3	4	4	3	87
109	3	3	2	4	4	3	3	4	3	3	2	2	4	3	3	3	4	1	4	1	3	4	1	4	71
110	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	88
111	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	86
112	2	3	2	3	1	2	2	2	3	4	3	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	57
113	3	3	2	2	4	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	4	3	3	4	1	3	3	4	64

114	2	3	4	3	2	2	1	3	1	1	3	4	3	2	4	2	4	2	3	3	4	3	2	1	62
115	3	1	3	1	3	3	1	3	4	4	3	3	2	2	1	3	4	1	1	3	2	3	3	2	59
116	2	1	1	2	2	2	2	2	4	3	2	1	3	4	2	2	2	4	4	3	1	1	4	3	57
117	3	2	4	2	2	2	3	4	1	3	2	1	2	2	2	3	4	3	4	3	1	3	2	2	60
118	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	1	3	4	2	3	3	4	4	4	3	79
119	3	2	3	2	2	2	3	2	3	3	2	3	2	1	2	4	3	3	3	2	2	3	2	2	59
120	2	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	2	2	2	3	3	3	2	4	4	3	65



**Lampiran 10.**

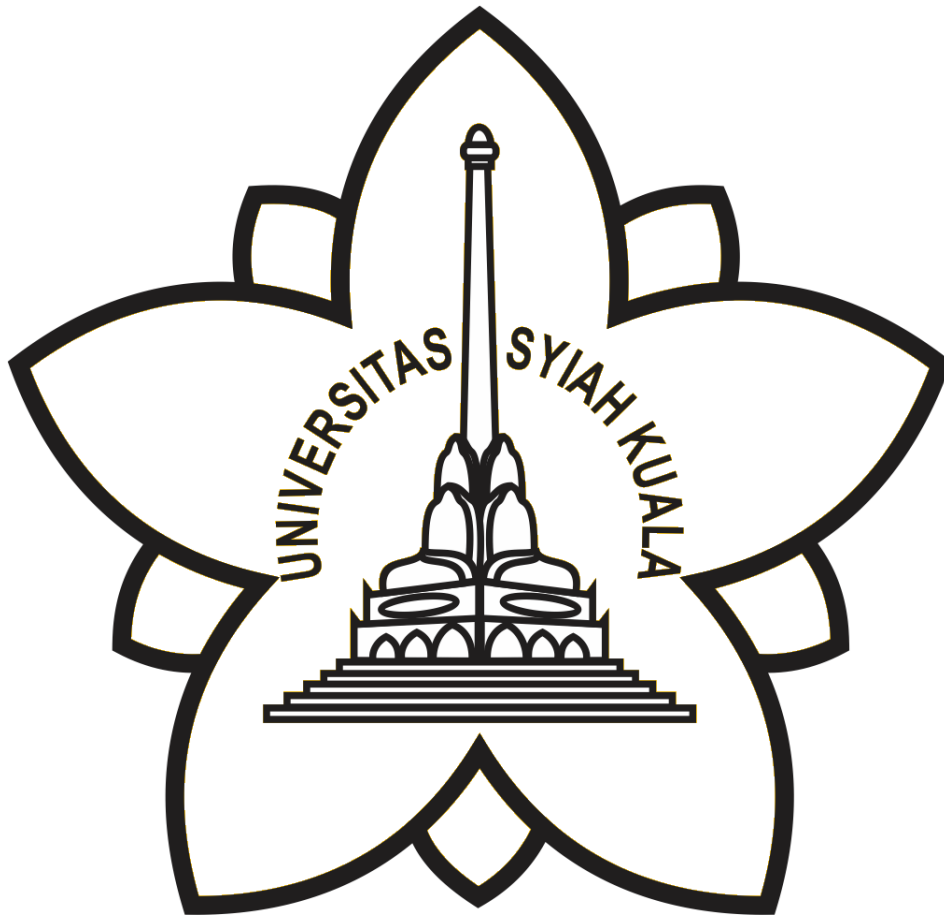
**Kategorisasi Data *Sensation Seeking***

**KATEGORISASI *SENSATION SEEKING* PADA FRESH GRADUATE  
UNIVERSITAS SYIAH KUALA**

<b>Subjek</b>	<b>Total Skor</b>	<b>Kategorisasi <i>Sensation Seeking</i></b>
1	29	Tinggi
2	14	Rendah
3	26	Sedang
4	29	Tinggi
5	28	Sedang
6	32	Tinggi
7	26	Sedang
8	26	Sedang
9	25	Sedang
10	37	Tinggi
11	27	Sedang
12	21	Sedang
13	23	Sedang
14	23	Sedang
15	34	Tinggi
16	30	Tinggi
17	33	Tinggi
18	31	Tinggi
19	30	Tinggi
20	31	Tinggi
21	29	Tinggi
22	35	Tinggi
23	34	Tinggi
24	35	Tinggi
25	35	Tinggi
26	34	Tinggi
27	34	Tinggi
28	36	Tinggi
29	29	Tinggi
30	32	Tinggi
31	32	Tinggi
32	32	Tinggi
33	27	Sedang
34	36	Tinggi
35	33	Tinggi
36	30	Tinggi
37	36	Tinggi
38	33	Tinggi
39	34	Tinggi

<b>Subjek</b>	<b>Total Skor</b>	<b>Kategorisasi <i>Sensation Seeking</i></b>
40	37	Tinggi
41	20	Sedang
42	31	Tinggi
43	22	Sedang
44	25	Sedang
45	20	Sedang
46	35	Tinggi
47	36	Tinggi
48	18	Rendah
49	20	Sedang
50	30	Tinggi
51	20	Sedang
52	19	Sedang
53	33	Tinggi
54	33	Tinggi
55	22	Sedang
56	31	Tinggi
57	31	Tinggi
58	36	Tinggi
59	28	Sedang
60	22	Sedang
61	18	Rendah
62	25	Sedang
63	25	Sedang
64	40	Tinggi
65	33	Tinggi
66	27	Sedang
67	25	Sedang
68	23	Sedang
69	31	Tinggi
70	39	Tinggi
71	40	Tinggi
72	16	Rendah
73	19	Sedang
74	33	Tinggi
75	35	Tinggi
76	29	Tinggi
77	30	Tinggi
78	29	Tinggi
79	25	Sedang
80	11	Rendah
81	30	Tinggi

<b>Subjek</b>	<b>Total Skor</b>	<b>Kategorisasi <i>Sensation Seeking</i></b>
82	23	Sedang
83	34	Tinggi
84	25	Sedang
85	26	Sedang
86	27	Sedang
87	22	Sedang
88	22	Sedang
89	31	Tinggi
90	28	Sedang
91	28	Sedang
92	29	Tinggi
93	27	Sedang
94	28	Sedang
95	29	Tinggi
96	30	Tinggi
97	30	Tinggi
98	30	Tinggi
99	30	Tinggi
100	37	Tinggi
101	38	Tinggi
102	40	Tinggi
103	40	Tinggi
104	33	Tinggi
105	38	Tinggi
106	38	Tinggi
107	40	Tinggi
108	40	Tinggi
109	30	Tinggi
110	37	Tinggi
111	36	Tinggi
112	22	Sedang
113	23	Sedang
114	27	Sedang
115	19	Sedang
116	17	Rendah
117	21	Sedang
118	22	Sedang
119	19	Sedang
120	37	Tinggi



**Lampiran 11.**

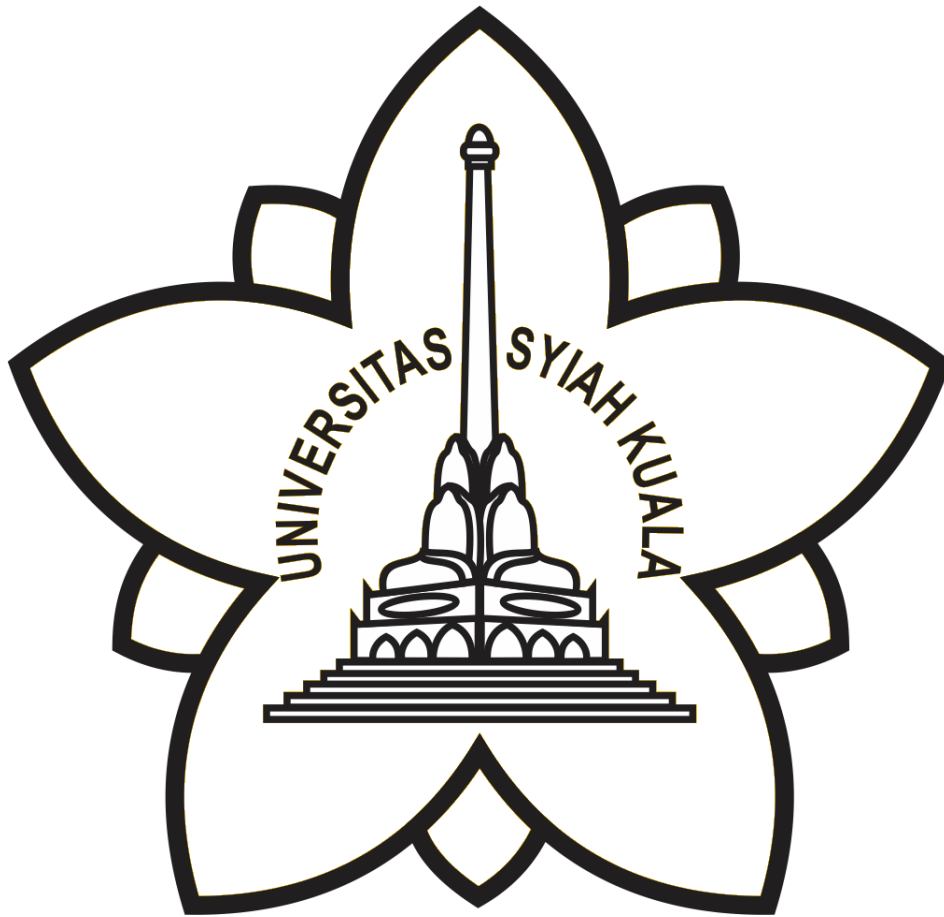
**Kategorisasi Data *Entrepreneurship***

**KATEGORISASI *ENTREPRENEURSHIP* PADA FRESH GRADUATE  
UNIVERSITAS SYIAH KUALA**

<b>Subjek</b>	<b>Total Skor</b>	<b>Kategorisasi <i>Entrepreneurship</i></b>
1	72	Tinggi
2	72	Tinggi
3	69	Tidak Terkategorisasi
4	79	Tinggi
5	78	Tinggi
6	73	Tinggi
7	66	Tidak Terkategorisasi
8	71	Tidak Terkategorisasi
9	71	Tidak Terkategorisasi
10	91	Tinggi
11	67	Tidak Terkategorisasi
12	74	Tinggi
13	73	Tinggi
14	84	Tinggi
15	87	Tinggi
16	85	Tinggi
17	86	Tinggi
18	84	Tinggi
19	86	Tinggi
20	79	Tinggi
21	85	Tinggi
22	80	Tinggi
23	84	Tinggi
24	82	Tinggi
25	81	Tinggi
26	84	Tinggi
27	86	Tinggi
28	79	Tinggi
29	78	Tinggi
30	85	Tinggi
31	84	Tinggi
32	82	Tinggi
33	75	Tinggi
34	64	Tidak Terkategorisasi
35	88	Tinggi
36	81	Tinggi
37	86	Tinggi
38	83	Tinggi
39	83	Tinggi

<b>Subjek</b>	<b>Total Skor</b>	<b>Kategorisasi <i>Entrepreneurship</i></b>
40	88	Tinggi
41	65	Tidak Terkategorisasi
42	71	Tidak Terkategorisasi
43	63	Tidak Terkategorisasi
44	59	Tidak Terkategorisasi
45	61	Tidak Terkategorisasi
46	72	Tinggi
47	80	Tinggi
48	56	Tidak Terkategorisasi
49	62	Tidak Terkategorisasi
50	73	Tinggi
51	57	Tidak Terkategorisasi
52	58	Tidak Terkategorisasi
53	55	Tidak Terkategorisasi
54	64	Tidak Terkategorisasi
55	59	Tidak Terkategorisasi
56	55	Tidak Terkategorisasi
57	73	Tinggi
58	81	Tinggi
59	66	Tidak Terkategorisasi
60	55	Tidak Terkategorisasi
61	45	Rendah
62	67	Tidak Terkategorisasi
63	54	Tidak Terkategorisasi
64	93	Tinggi
65	84	Tinggi
66	55	Tidak Terkategorisasi
67	64	Tidak Terkategorisasi
68	69	Tidak Terkategorisasi
69	80	Tinggi
70	91	Tinggi
71	89	Tinggi
72	56	Tidak Terkategorisasi
73	59	Tidak Terkategorisasi
74	78	Tinggi
75	90	Tinggi
76	70	Tidak Terkategorisasi
77	81	Tinggi
78	71	Tidak Terkategorisasi
79	63	Tidak Terkategorisasi
80	40	Rendah
81	54	Tidak Terkategorisasi

<b>Subjek</b>	<b>Total Skor</b>	<b>Kategorisasi <i>Entrepreneurship</i></b>
82	55	Tidak Terkategorisasi
83	62	Tidak Terkategorisasi
84	51	Tidak Terkategorisasi
85	48	Tidak Terkategorisasi
86	63	Tidak Terkategorisasi
87	66	Tidak Terkategorisasi
88	61	Tidak Terkategorisasi
89	63	Tidak Terkategorisasi
90	47	Rendah
91	68	Tidak Terkategorisasi
92	79	Tinggi
93	67	Tidak Terkategorisasi
94	48	Tidak Terkategorisasi
95	61	Tidak Terkategorisasi
96	75	Tinggi
97	69	Tidak Terkategorisasi
98	75	Tinggi
99	78	Tinggi
100	85	Tinggi
101	80	Tinggi
102	88	Tinggi
103	93	Tinggi
104	73	Tinggi
105	81	Tinggi
106	81	Tinggi
107	90	Tinggi
108	87	Tinggi
109	71	Tidak Terkategorisasi
110	88	Tinggi
111	86	Tinggi
112	57	Tidak Terkategorisasi
113	64	Tidak Terkategorisasi
114	62	Tidak Terkategorisasi
115	59	Tidak Terkategorisasi
116	57	Tidak Terkategorisasi
117	60	Tidak Terkategorisasi
118	79	Tinggi
119	59	Tidak Terkategorisasi
120	65	Tidak Terkategorisasi



**Lampiran 12.**

***Analisis Data Sensation Seeking dan Entrepreneurship***

## ANALISIS DATA PENELITIAN

### A. Uji Reliabilitas 1. Sensation Seeking

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,845	8

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
SS1	25,39	34,240	,476	,838
SS2	25,14	34,106	,465	,839
SS3	25,50	30,672	,629	,820
SS4	25,41	32,160	,613	,822
SS5	25,61	30,896	,585	,826
SS6	25,53	31,714	,579	,826
SS7	25,43	30,868	,661	,816
SS8	25,35	31,658	,621	,821

### 2. Entrepreneurship

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,940	24

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
E1	68,78	140,726	,612	,937
E2	68,98	141,008	,609	,937
E3	68,77	141,844	,599	,938
E4	68,83	140,426	,635	,937
E5	68,81	140,207	,644	,937

E6	68,83	140,342	,684	,936
E7	69,03	140,184	,656	,937
E8	68,90	138,696	,674	,936
E9	68,93	140,171	,601	,938
E10	68,98	139,327	,584	,938
E11	68,98	139,882	,686	,936
E12	68,93	138,927	,686	,936
E13	68,91	139,546	,593	,938
E14	68,86	140,913	,643	,937
E15	68,79	140,553	,607	,937
E16	68,74	141,336	,597	,938
E17	68,81	141,702	,568	,938
E18	69,08	144,884	,434	,940
E19	68,97	140,301	,570	,938
E20	68,81	139,282	,648	,937
E21	68,93	138,668	,613	,937
E22	68,73	141,626	,526	,939
E23	68,81	142,005	,518	,939
E24	68,73	138,769	,644	,937

## B. Deskriptis Statistik

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum
ss	120	29,05	6,398	11	40
e	120	71,87	12,351	40	93

## C. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		ss	e
N		120	120
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	29,05	71,87
	Std. Deviation	6,398	12,351
Most Extreme Differences	Absolute	,080	,115
	Positive	,061	,063
	Negative	-,080	-,115
Kolmogorov-Smirnov Z		,879	1,263
Asymp. Sig. (2-tailed)		,423	,082

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

#### D. Uji Linearitas

**Case Processing Summary**

	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
ss * e	120	100,0%	0	,0%	120	100,0%

**Measures of Association**

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
ss * e	,714	,510	,845	,714

**ANOVA Table**

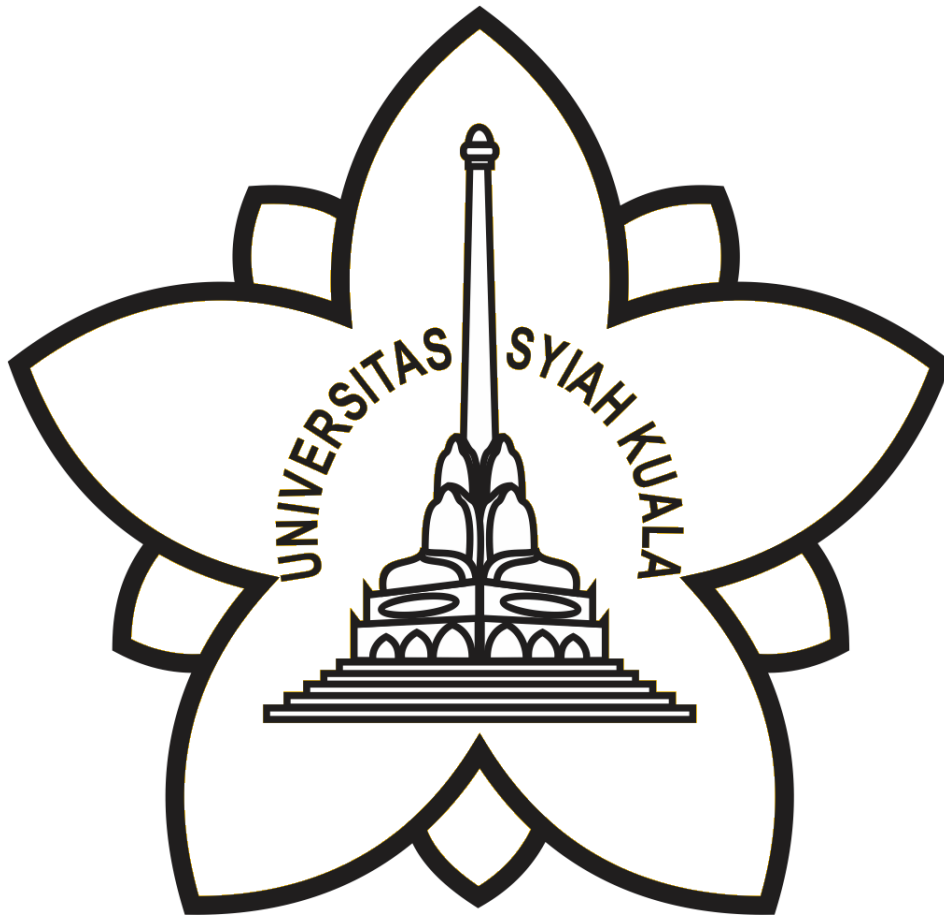
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ss * e	Between Groups	(Combined)	3478,083	41	84,831	4,748	,000
		Linearity	2484,428	1	2484,428	139,052	,000
		Deviation from Linearity	993,656	40	24,841	1,390	,107
	Within Groups		1393,617	78	17,867		
	Total		4871,700	119			

#### E. Uji Hipotesis

**Correlations**

		ss	e
ss	Pearson Correlation	1	,714**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	120	120
e	Pearson Correlation	,714**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	120	120

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



**Lampiran 13.**

**Administrasi Penelitian**



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS SYIAH KUALA  
PROGRAM STUDI PSIKOLOGI  
FAKULTAS KEDOKTERAN  
DARUSSALAM - BANDA ACEH

Telepon : (0651) 7551843, Fax. (0651) 7551843 Kode Pos. 23111  
E-mail : psikologi.fk@unsyiah.ac.id, Website : www.psikologi.fk.unsyiah.ac.id

**SURAT KETERANGAN**

Nomor : 238/UN11.1.17/PSI/KM/2017

Ketua Program Studi Psikologi Fakultas Kedokteran Universitas Syiah Kuala Darussalam Banda Aceh, dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Rahmad Mirza  
NIM : 1107101130025  
Judul : Hubungan Antara *Sensation Seeking* Dengan *Entrepreneurship* Pada *Fresh Graduate* Universitas Syiah Kuala

Benar yang namanya tersebut di atas adalah mahasiswa Program Studi Psikologi Fakultas Kedokteran Universitas Syiah Kuala yang sedang melakukan penelitian dengan judul tersebut diatas.

Demikianlah surat keterangan ini dikeluarkan, untuk dipergunakan sebagaimana semestinya.



Darussalam, 6 April 2017  
Ketua Program Studi Psikologi,

Mirza, S.Psi., M.Si  
NIP. 19810731 200812 1 001