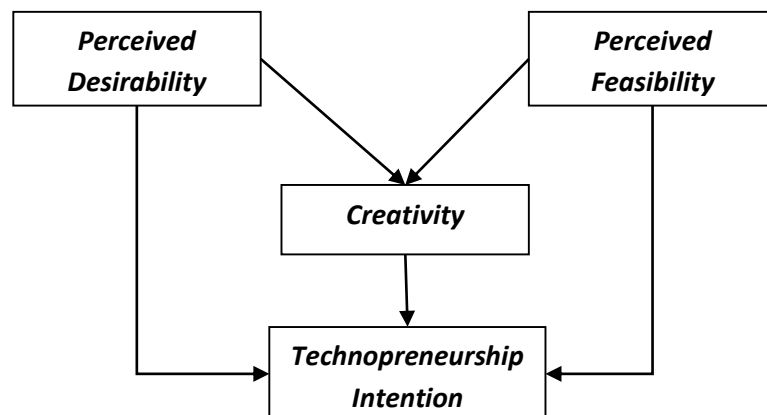


BAB III KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS

3.1. Kerangka Konseptual

Dalam penelitian ini akan meneliti terkait dengan pengaruh *desirability* dan *feasibility* terhadap *creativity* dan *technopreneurship intention*. Penelitian ini berupaya mengevaluasi *technopreneurship intention* dari mahasiswa FILKOM UB. Berdasarkan kajian teoritis dan tinjauan empiris penelitian ini mengembangkan suatu konsep yang melibatkan 3 hubungan antar variabel yaitu persepsi *Desireability* memberikan pengaruh pada *Creativity* dan *Technopreneurship Intention*, Persepsi *Feasibility* memberikan pengaruh pada *Creativity* dan *Technopreneurship intention*, dan *Creativity* memberikan pengaruh pada *Technopreneurship intention*.

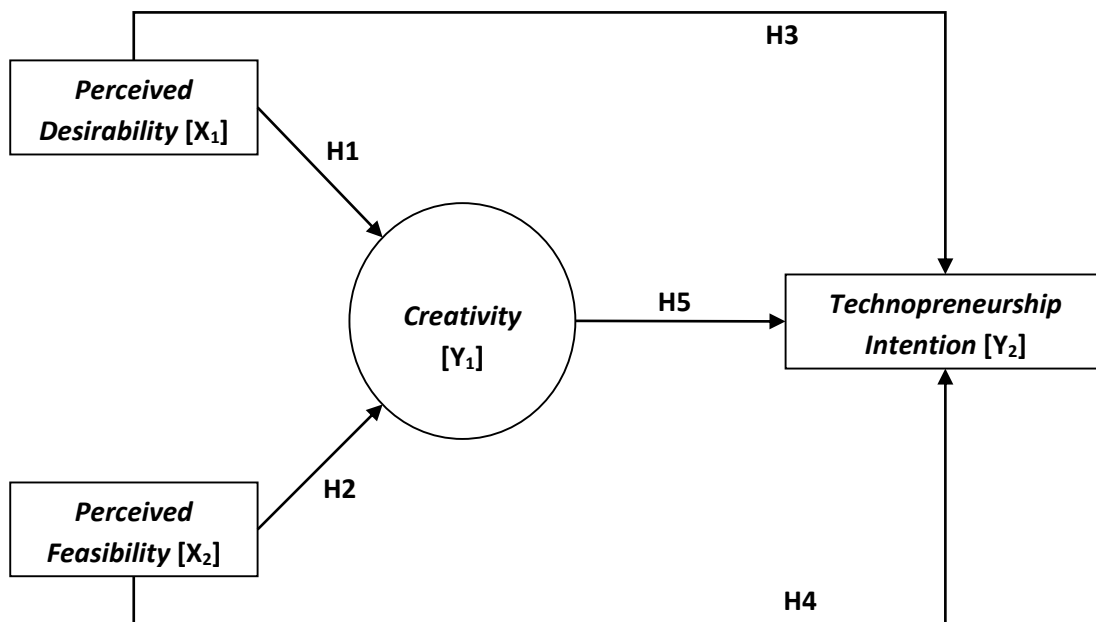
Kerangka konseptual penelitian sebagai model terintegrasi mengenai pola hubungan antar variabel yang diteliti dapat disajikan dalam gambar 3.1 sebagai berikut:



Gambar III.1 Model Konseptual

3.2. Model Hipotesis

Berdasarkan kerangka konsep yang telah dijabarkan sebelumnya, maka hipotesis dapat diambil dan dimodelkan dalam gambar 3.2 sebagai berikut:



Gambar III.2 Model Hipotesis

3.3. Hipotesis

Berdasar gambar 3.2 ini maka uraian hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H1:** *Perceived Desirability* berpengaruh signifikan terhadap *Creativity*.
- H2:** *Perceived Feasibility* berpengaruh signifikan terhadap *Creativity*.
- H3:** *Perceived Desirability* berpengaruh signifikan terhadap *Technopreneurship Intention*.

H4: *Perceived Feasibility* berpengaruh signifikan terhadap *Technopreneurship Intention*.

H5: *Creativity* berpengaruh signifikan terhadap *Technopreneurship Intention*.

Tabel III.1 Rumusan hipotesis dan sumber penelitian

No	Hipotesis	Dasar Teoritis	Penelitian Empiris
1	<i>Perceived Desirability</i> (X_1) berpengaruh signifikan terhadap <i>Creativity</i> (Y_1)	(Krueger Jr dan Brazeal, 1994)	(Edwards-Schachter, García-Granero, Sánchez-Barrioluengo, Quesada-Pineda, dan Amara, 2015), (Jaiswal dan Dhar, 2015).
2	<i>Perceived Feasibility</i> (X_2) berpengaruh signifikan terhadap <i>Creativity</i> (Y_1)	(Krueger Jr dan Brazeal, 1994)	(Jaiswal dan Dhar, 2015), (Byrge dan Tang, 2015), (Mulyadi, Basuki, Rahardjo, 2016).

3	<i>Perceived Desirability</i> (X_1) berpengaruh signifikan terhadap <i>Technopreneurship Intention</i> (Y_2)	(Krueger Jr dan Brazeal, 1994), (Dohse dan Walter, 2012).	(Fitzsimmons dan Douglas, 2010), (Usman, Amjad, Hafsa, dan Maham, 2015), (Lee L. , Wong, Foo, dan Leung, 2011).
4	<i>Perceived Feasibility</i> (X_2) berpengaruh signifikan terhadap <i>Technopreneurship Intention</i> (Y_2)	(Krueger Jr dan Brazeal, 1994), (Dohse dan Walter, 2012).	(Fitzsimmons dan Douglas, 2010), (Usman, Amjad, Hafsa, dan Maham, 2015), (Lee dan Wong, 2004).
5	<i>Creativity</i> (Y_1) berpengaruh signifikan terhadap <i>Technopreneurship Intention</i> (Y_2)	(Dohse dan Walter, 2012).	(Antonio, Lanawati, Wiriana, dan Christina, 2014), (Edwards-Schachter, García-Granero, Sánchez-Barrioluengo, Quesada-Pineda, dan Amara, 2015), (Lee dan Wong, 2004), (Gundry, Ofstein, dan Kickul, 2014)