

FAKTOR – FAKTOR PENENTU NIAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA

William Ekachandra¹, Ida Puspitowati^{2,1}

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara, Indonesia

*william.115199106@stu.untar.ac.id*¹

*idap@fe.untar.ac.id*²

ABSTRACT

Indonesia's the fourth most populous country in the world and the first in Southeast Asia in 2022. However, the ratio of the number of entrepreneurs in Indonesia is inversely proportional to the population. This study aims to empirically examine the effect of entrepreneurship attitudes, subjective norm, and entrepreneurship knowledge on students' entrepreneurship intentions. This study uses a quantitative research design with a descriptive correlational approach and purposive sampling. The 112 respondents from Universitas Tarumanagara S1 Management students who have received entrepreneurship education answered the instrument on this research survey questionnaire. Data were processed using SmartPLS 4 software with data analysis, such as validity and reliability tests; coefficient of determination; effect size; and bootstrap hypothesis testing. The results of the study stated that entrepreneurship attitudes and subjective norm had shown to be positive and significant, while entrepreneurship knowledge had no result toward entrepreneurship intention. This research is expected to be a reference for similar research in the future by developing and applying research variables, such as entrepreneurship knowledge, as well as the scope of the sample can be expanded to obtain more diverse information.

Keywords: *Entrepreneurship Attitudes, Entrepreneurship Intention, Entrepreneurship Knowledge, Subjective Norm*

Article history: Submission date January 31st 2023 Accepted date August 8th 2023

To cite: Ekachandra, W, Puspitowati, I (2023). Faktor – Faktor Penentu Niat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Manajemen*, 19(2), 127-148.

1. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara dengan jumlah penduduk terbanyak di dunia yang menempati posisi keempat setelah China, India, dan Amerika Serikat (AS) di pertengahan tahun 2022 (Kompas, 2022). Berdasarkan laporan Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah penduduk di Indonesia mengalami peningkatan dari pertengahan tahun 2018 hingga pertengahan tahun 2022

¹ Coresponding author: Ida Puspitowati. Email: *idap@fe.untar.ac.id*

mencapai lebih dari 275 juta jiwa (BPS, 2022). Bila disandingkan dengan negara lain di Asia Tenggara, Indonesia menempati posisi pertama dengan jumlah penduduk terbanyak per Maret 2022.

Indonesia memiliki jumlah penduduk terbanyak se-Asia Tenggara (ASEAN) per Maret 2022 mencapai lebih dari 273 juta jiwa di atas sembilan negara Asia Tenggara lainnya. Hal ini berbanding terbalik dengan rasio jumlah wirausaha di Indonesia yang masih kecil jika dibandingkan dengan sejumlah negara di Asia Tenggara. Berdasarkan data tahun 2021, Menteri Koperasi dan UKM Teten Masduki menyebut rasio jumlah wirausaha di Indonesia masih sebesar 3,47 persen. Bila dibandingkan dengan negara tetangga, seperti Singapura yang memiliki rasio jumlah wirausaha sebesar 8,76 persen; Malaysia dengan 4,74 persen; dan Thailand dengan 4,26 persen tentu Indonesia perlu mencapai rasio 4 persen paling tidak untuk menjadi negara maju (kabarbisnis, 2021). Indonesia membutuhkan setidaknya 4 juta wirausaha baru, termasuk industri kecil dan menengah (IKM) untuk menjadi negara maju dengan meningkatkan produktivitas dan daya saing di era digital (Merdeka, 2021).

Produktivitas dan daya saing dapat dilakukan dengan menciptakan niat dan keyakinan terhadap wirausaha terlebih dahulu sejak dini, seperti perguruan tinggi dapat menerapkan pendidikan dan pelatihan kewirausahaan secara aktif kepada mahasiswa. Menurut Stefanus Gandi, niat atau minat mahasiswa untuk berwirausaha hingga saat ini masih rendah. Mayoritas mahasiswa memiliki pikiran setelah lulus kuliah ingin menjadi karyawan atau PNS (Abba, 2022), sedangkan, niat berwirausaha menjadi salah satu tolok ukur keberhasilan lingkungan pendidikan kewirausahaan (Mwasalwiba, 2010). Perguruan tinggi memiliki peran penting dalam meningkatkan niat berwirausaha sejak dini dengan mencetak lulusan yang sudah siap menjalankan kegiatan kewirausahaan di mana menjadi upaya dalam peningkatan rasio kewirausahaan di Indonesia (Soelaiman dkk., 2022).

Pengertian wirausaha adalah sebuah keyakinan kuat yang dimiliki setiap individu untuk mengubah ide menjadi sebuah wujud gagasan dan inovasi. Seorang wirausahawan yang unggul tentu membutuhkan niat dan keyakinan untuk memulai proses wirausaha agar optimal (Zaenuri, 2021). Niat berwirausaha adalah keinginan atau kecenderungan seseorang yang dengan sengaja memimpin kegiatan atau perilaku dalam berwirausaha, seperti menciptakan usaha baru (Handaru dkk., 2015). Menurut Biswas dan Verma (2021) niat berwirausaha seseorang memiliki pengaruh besar dalam penciptaan bisnis baru akan membantu perkembangan ekonomi.

Terdapat berbagai faktor yang memengaruhi niat berwirausaha. Penelitian yang dilakukan oleh Etrata dan Raborar (2022) menunjukkan bahwa niat berwirausaha dapat dipengaruhi oleh sikap berwirausaha, penilaian sosial, keterampilan kewirausahaan, dan pengetahuan kewirausahaan. Sementara itu, penelitian oleh Maydiantoro dkk. (2021)

mengungkapkan bahwa sikap berwirausaha, norma subjektif, dan *self-efficacy* dapat memengaruhi niat berwirausaha. Lebih lanjut, penelitian oleh Alin dan Dil (2022) menunjukkan bahwa sikap kewirausahaan, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku memiliki pengaruh terhadap niat berwirausaha. Penelitian yang dilakukan oleh Arpizal dan Dwijayanti (2021) niat atau intensi berwirausaha dipengaruhi oleh sikap berwirausaha dan dukungan sosial.

Sikap berwirausaha seseorang memiliki hubungan atau korelasi dengan niat berwirausaha (Etrata & Raborar, 2022). Sikap berwirausaha menjadi penentu dari niat kewirausahaan seseorang (Mensah *et al.*, 2021). Hal ini menjadikan sikap kewirausahaan sebagai indikator terbaik terhadap niat atau intensi wirausaha (Sumarsono, 2013). Penelitian terdahulu oleh Etrata dan Raborar (2022) menunjukkan bahwa sikap kewirausahaan dapat mendukung niat berwirausaha seseorang. Adapun *research gap* pada penelitian oleh Mihartinah dan Corynata (2018) menyatakan sikap tidak memiliki pengaruh terhadap niat.

Cho dan Lee (2015); Bartle dan Harvey (2017) menyebutkan bahwa norma subjektif merupakan keyakinan seseorang terhadap standar, lingkungan, dan motivasi untuk mematuhi standar. Norma subjektif menunjukkan seseorang berada di bawah tekanan sosial, seperti keluarga atau teman. Hal ini dikarenakan keluarga dan teman akan mendukung keputusan seseorang untuk memulai bisnis baru (Malebana, 2014). Penelitian terdahulu menyatakan bahwa norma subjektif paling berpengaruh terhadap niat berwirausaha (Maydiantoro dkk., 2021). Akan tetapi, terdapat *research gap* pada hasil penelitian terdahulu lainnya yang menunjukkan bahwa norma subjektif tidak berpengaruh terhadap niat berwirausaha (Alin & Dil, 2022).

Pengetahuan kewirausahaan dianggap penting bagi kaum muda dalam meningkatkan peluang berwirausaha (Turker & Selcuk, 2009). Adanya pengetahuan kewirausahaan dapat menumbuhkan rasa percaya diri untuk berani berwirausaha (Roxas, 2014). Penelitian terdahulu oleh Prastiwi dkk. (2022) menyatakan bahwa pengetahuan kewirausahaan sebagai bentuk efektivitas pembelajaran kewirausahaan berpengaruh positif terhadap niat atau intensi berwirausaha. Sementara itu, penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Veronika dkk. (2021) menunjukkan bahwa pengetahuan kewirausahaan secara parsial berpengaruh positif terhadap minat atau niat berwirausaha. Adapun penelitian oleh Yuliyanti (2019) menunjukkan bahwa pengetahuan kewirausahaan memiliki pengaruh yang positif dan tidak signifikan terhadap minat berwirausaha. Penelitian lainnya oleh Karyaningsih dkk. (2020) menunjukkan bahwa pengetahuan kewirausahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap niat berwirausaha, tetapi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pola pikir kewirausahaan di mana pola pikir kewirausahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap niat berwirausaha.

Universitas Tarumanagara (Untar) merupakan salah satu perguruan tinggi swasta di Jakarta Barat yang mendukung adanya kewirausahaan melalui perminatan atau konsentrasi, program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) kewirausahaan, dan kegiatan kewirausahaan lainnya sehingga Untar perlu memperhatikan berbagai faktor terhadap niat berwirausaha mahasiswa. Penelitian ini sebagai wujud nyata dalam bentuk sumber informasi mengenai niat berwirausaha dengan faktor-faktor kewirausahaan yang dilakukan oleh mahasiswa di lingkungan perguruan tinggi melalui aktivitas kewirausahaan tersebut. Penelitian ini berdasarkan perbedaan hasil dari penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya dengan variabel yang sama. Berdasarkan latar belakang masalah maka judul dalam penelitian ini adalah “Faktor – Faktor Penentu Niat Berwirausaha Mahasiswa.”

2. LANDASAN TEORI

Sikap Kewirausahaan

Sikap adalah suatu perbuatan yang tampak pada tingkah laku seseorang berdasarkan pada pendirian, pendapat, dan keyakinan (Khairinal & Hutabarat, 2019). Sikap berwirausaha adalah perbuatan seorang wirausaha yang tampak dari setiap proses kegiatannya (Khairinal & Hutabarat, 2019). Sikap kewirausahaan adalah perilaku seseorang yang dipercaya dapat dikendalikan dengan baik karena telah mendapatkan pelatihan di bidang tertentu (Sancho *et al.*, 2020). Menurut Hantoro (2015) sikap kewirausahaan adalah sikap seorang wirausahawan yang memiliki kriteria, seperti pantang menyerah dan berkemauan keras, memiliki keyakinan yang kuat, jujur dan bertanggung jawab, tekun, bekerja keras, memiliki ketahanan fisik dan mental, pemikiran yang konstruktif, serta kreatif.

Berdasarkan beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa sikap kewirausahaan adalah keadaan diri seseorang untuk bertindak dalam kegiatan tertentu dengan rasa percaya diri, memiliki inovasi dan kreatif, dan berani mengambil risiko terhadap situasi atau kondisi yang berkaitan dengan kewirausahaan.

Norma Subjektif

Norma subjektif adalah persepsi individu terhadap tekanan sosial yang dirasakan dalam melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku (Ajzen, 1991). Norma subjektif adalah keyakinan individu terhadap lingkungan sekitar dan motivasi individu untuk mengikuti norma tersebut (Feldman, 1995). Norma subjektif adalah keyakinan individu terhadap harapan orang-orang di sekitarnya yang berpengaruh baik perorangan, maupun kelompok dalam melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku tertentu (Suprapti, 2010).

Berlandaskan dari beberapa definisi yang telah disebutkan dapat disimpulkan bahwa norma subjektif adalah cara persepsi kelompok atau individu yang relevan dapat memengaruhi kinerja perilaku seseorang, seperti keluarga; teman; dan teman sebaya.

Pengetahuan Kewirausahaan

Pengetahuan adalah hasil dari tahu dan terjadi setelah seseorang melakukan penginderaan terhadap suatu objek (Notoatmodjo, 2012). Pengetahuan kewirausahaan adalah modal utama manusia yang dibutuhkan untuk sukses dalam kewirausahaan dan keberlanjutannya (Maryati dkk., 2017). Menurut Nursito dan Nugroho (2013) pengetahuan kewirausahaan adalah suatu disiplin ilmu yang mempelajari nilai, kemampuan, dan perilaku dalam menghadapi tantangan. Pengetahuan kewirausahaan adalah pengetahuan seseorang dalam melakukan, menghasilkan, merintis, dan mengembangkan suatu hal baru baik produk atau jasa, nilai tambah, usaha, teknik, dan organisasi (Suryana, 2009).

Berdasarkan uraian dari beberapa pendapat di atas, dapat dikatakan bahwa pengetahuan kewirausahaan adalah hasil yang diperoleh dari mencari tahu dan melakukan pengamatan terhadap tantangan di mana bila dilakukan secara tepat akan menghasilkan kinerja atau sesuatu yang bernilai.

Niat Berwirausaha

Niat adalah disposisi tingkah laku dan akan diwujudkan dalam suatu tindakan bila tepat pada waktu dan kesempatan (Ajzen, 2005). Menurut Handaru dkk. (2015) niat berwirausaha adalah keinginan atau kecenderungan seseorang yang dengan sengaja memimpin kegiatan atau perilaku dalam berwirausaha. Niat berwirausaha adalah keadaan pikiran yang penuh perhatian dan mencerminkan pengalaman pribadi, kesadaran, dan minat dalam kegiatan kewirausahaan (Do & Dadvari, 2017). Niat atau intensi berwirausaha adalah keinginan dalam diri seseorang untuk melakukan tindakan wirausaha kemudian mengembangkan usaha tersebut (Vilathuvahna & Nugroho, 2015).

Berdasarkan beberapa pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa niat berwirausaha adalah keinginan seseorang untuk melakukan tindakan, memunculkan perilaku berwirausaha dalam menanggung risiko, dan memanfaatkan peluang untuk menjadi seorang yang kreatif dan mandiri dalam mengolah sumber daya yang ada.

Pengembangan Hipotesis

Sikap kewirausahaan merupakan perilaku awal seorang wirausaha dalam melakukan kegiatan tertentu dengan rasa percaya diri, inovasi dan kreatif, juga berani mengambil risiko dalam menanggapi situasi atau kondisi kewirausahaan di lingkungan sekitarnya. Sikap kewirausahaan memiliki keterkaitan dengan niat berwirausaha, semakin seseorang memiliki

sikap kewirausahaan yang baik akan semakin berniat untuk menjalankan suatu kewirausahaan. Dengan demikian, sebagai mahasiswa sangat dibutuhkan sikap kewirausahaan yang baik. Menurut Nguyen *et al.* (2019) sikap berwirausaha memiliki kontribusi yang besar terhadap niat berwirausaha dan banyaknya efek positif dari sikap kewirausahaan terhadap niat atau intensi berwirausaha.

Penelitian yang dilakukan oleh Maydiantoro dkk. (2021) menyatakan bahwa sikap kewirausahaan memberikan pengaruh yang positif secara signifikan terhadap niat kewirausahaan. Beberapa penelitian lainnya, seperti penelitian yang dilakukan oleh Arpizal dan Dwijayanti (2021); Handayani dkk. (2021); Mirawati dkk. (2016) menyatakan bahwa sikap kewirausahaan/berwirausaha memiliki pengaruh yang positif secara signifikan terhadap niat atau intensi kewirausahaan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan Etrata dan Raborar (2022) sikap kewirausahaan dan niat berwirausaha memiliki korelasi yang signifikan. Sikap kewirausahaan secara substansial memengaruhi niat berwirausaha (Alin & Dil, 2022). Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis pertama yang dirumuskan adalah sebagai berikut.

H1: Sikap kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha.

Lingkungan menjadi penting adanya dalam pembentukan niat berwirausaha. Menurut Carlucci *et al.* (2015); Rana dan Paul (2017) keluarga adalah konsumen terbesar di masyarakat dan merupakan subjek penelitian yang ekstensif. Norma subjektif merupakan keyakinan individu terhadap standar, lingkungan, dan motivasi individu tersebut dalam mematuhi (Cho & Lee, 2015; Bartle & Harvey, 2017). Norma subjektif sebagai faktor eksternal memiliki andil dalam mendorong niat berwirausaha.

Penelitian yang dilakukan oleh Rahayu dkk. (2018) norma subjektif memiliki pengaruh yang positif terhadap niat berwirausaha. Beberapa penelitian lainnya, seperti penelitian yang dilakukan oleh Hidayat dan Bagasworo (2020); Mirawati dkk. (2016); Santi dkk. (2017); Mihartinah dan Corynata (2018) norma subjektif memiliki pengaruh yang positif secara signifikan terhadap niat atau intensi berwirausaha. Norma subjektif memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat berwirausaha (Maydiantoro dkk., 2021). Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis kedua yang dirumuskan adalah sebagai berikut.

H2: Norma subjektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha.

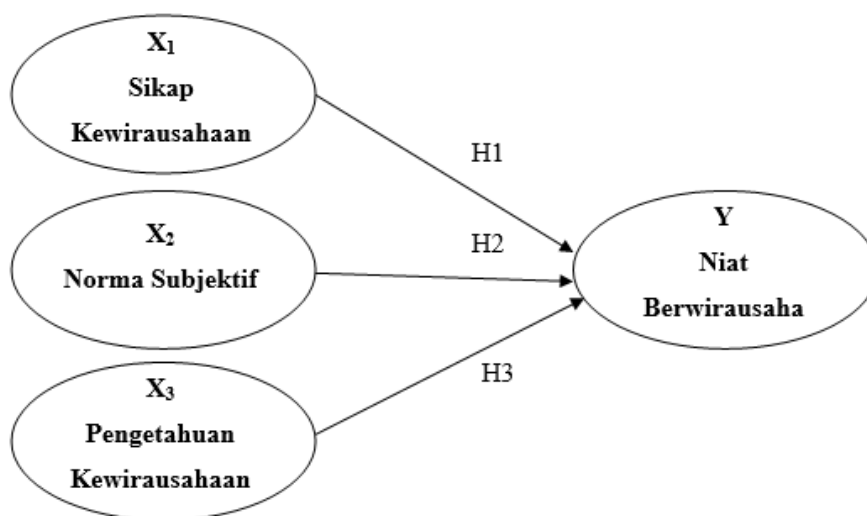
Pengetahuan didapatkan ketika seseorang melihat, mengamati, dan memahami berbagai informasi. Sistem pendidikan yang diperoleh dari lembaga pendidikan tinggi menjadi transformasi pendidikan atau pengalaman yang sekiranya dapat membantu seorang wirausaha menjadi lebih sukses dan layak (Liñan *et al.*, 2016). Hal tersebut menjadi sebuah rute profesional

dalam mengembangkan ide-ide kewirausahaan dan meluncurkan sebuah kewirausahaan (Bell *et al.*, 2016). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Hutasuhut *et al.* (2021) menyatakan pengetahuan kewirausahaan dan niat kewirausahaan memiliki hubungan yang positif dan signifikan.

Penelitian yang dilakukan oleh Etrata dan Raborar (2022) pengetahuan kewirausahaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap niat kewirausahaan. Beberapa penelitian lainnya, seperti penelitian yang dilakukan oleh Prastiwi dkk. (2022); Triane dan Kurniawati (2019); Kurnia dkk. (2018); Suryadi dan Samuel (2022); Hendrawan dan Sirine (2017) menyatakan bahwa pengetahuan kewirausahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat atau minat berwirausaha. Pengetahuan kewirausahaan secara parsial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha (Veronika, dkk., 2021). Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis ketiga yang dirumuskan adalah sebagai berikut.

H3: Pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha.

Berdasarkan penjelasan di atas, model penelitian ini adalah sebagai berikut.



Gambar 1. Model Penelitian

Hipotesis Penelitian

H1: Sikap kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha.

H2: Norma subjektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha.

H3: Pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan secara positivisme meneliti populasi atau sampel tertentu dengan menggunakan instrumen penelitian dalam pengumpulan data untuk menggambarkan dan menguji hipotesis (Sugiyono, 2019).

Menurut Malhotra (2010) desain penelitian terdiri atas desain penelitian eksploratif dan konklusif. Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif sehingga penelitian ini menggunakan desain penelitian konklusif. Desain penelitian konklusif adalah penelitian secara terstruktur yang dilakukan untuk menguji hipotesis (Detik, 2022). Desain penelitian konklusif terdiri atas desain penelitian deskriptif dan kausal (eksperimental). Penelitian ini menguji secara empiris pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen sehingga penelitian ini menggunakan desain penelitian konklusif yang bersifat deskriptif korelasional di mana variabel-variabel yang digunakan adalah variabel perlakuan dan tidak ada yang dimanipulasi.

Penelitian ini menggunakan *non-probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling* dalam pengambilan sampel penelitian, ukuran sampel cukup besar, instrumen penelitian bersifat klasik, dan menggunakan metode analisis kuantitatif. Penelitian ini menggunakan data primer sebagai data survei melalui daftar pertanyaan (kuesioner) yang ditujukan kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen Bisnis, Universitas Tarumanagara. Responden sebanyak 112 dengan kriteria yang dibutuhkan adalah responden yang sudah mendapatkan pendidikan kewirausahaan dan telah memperoleh pengetahuan kewirausahaan selain dari perkuliahan meliputi seminar, *workshop*, pelatihan kewirausahaan, buku, dan sumber lainnya. Ukuran sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus dengan pendekatan teori Roscoe di mana ukuran sampel yang baik antara 30 hingga 500 responden ($30 < \text{responden} < 500$) (Sekaran & Bougie, 2013). Horizon waktu (*time horizon*) yang digunakan adalah *cross-sectional* di mana penelitian dilakukan dalam satu kurun waktu.

Variabel eksogen yang digunakan dalam penelitian ini adalah sikap kewirausahaan, norma subjektif, dan pengetahuan kewirausahaan, sedangkan variabel endogen dalam penelitian ini adalah niat berwirausaha. Penelitian ini menggunakan instrumen berupa kuesioner dalam pengumpulan data. Skala pengukuran yang digunakan adalah skala ordinal dalam bentuk skala Likert di mana mengukur setuju atau tidak setuju seseorang terhadap objek yang terbagi menjadi lima kategori skor.

Data diolah menggunakan perangkat lunak *SmartPLS 4* dengan analisis data, seperti uji validitas dan reliabilitas; koefisien determinasi; *effect size*; *predictive relevance*; *Goodness of Fit*; dan pengujian hipotesis.

Pengukuran variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

Tabel 1. Operasional Variabel

Variabel	Pernyataan	Kode	Skala
Sikap Kewirausahaan	Saya siap melakukan apa saja untuk menjadi seorang wirausaha.	EA1	Ordinal
	Saya dapat menyusun proses pembuatan bisnis baru.	EA2	
	Saya bertekad untuk membuat usaha bisnis di masa depan.	EA3	
	Menjadi seorang wirausaha akan memberi saya kepuasan besar.	EA4	
<i>Sumber: Etrata dan Raborar (2022)</i>			
Norma Subjektif	Jika saya memutuskan untuk membuat bisnis, keluarga saya akan menyetujui keputusan tersebut.	SN1	Ordinal
	Jika saya memutuskan untuk membuat bisnis, teman-teman saya akan menyetujui keputusan tersebut.	SN2	
	Jika saya memutuskan untuk membuat bisnis, teman sebaya saya akan menyetujui keputusan tersebut.	SN3	
<i>Sumber: Karyaningsih dkk. (2020)</i>			
Pengetahuan Kewirausahaan	Saya memiliki pengetahuan yang cukup dalam memulai bisnis.	EK1	Ordinal
	Saya memiliki pengetahuan yang cukup untuk mengatur bisnis.	EK2	
	Saya memiliki pengetahuan yang cukup dalam menuangkan ide bisnis.	EK3	
	Saya memiliki pengetahuan yang cukup dalam memasarkan suatu produk/jasa.	EK4	
	Saya tahu cara menemukan sumber daya yang sesuai untuk mendirikan bisnis.	EK5	
	Saya memiliki pengetahuan yang cukup tentang persyaratan hukum untuk memulai bisnis.	EK6	
<i>Sumber: Maydiantoro dkk. (2021)</i>			
Niat Berwirausaha	Saya tertarik pada bidang kewirausahaan.	EI1	Ordinal
	Saya tertarik pada pekerjaan penuh tantangan.	EI2	
	Saya tertarik untuk mendirikan bisnis sendiri.	EI3	
	Saya siap untuk mendirikan bisnis sendiri.	EI4	
	Tujuan profesional saya adalah menjadi seorang wirausaha.	EI5	
	Saya akan berusaha semaksimal mungkin untuk memulai dan menjalankan bisnis sendiri.	EI6	

Saya memiliki niat kuat untuk memulai bisnis suatu hari nanti.	EI7
---	-----

Sumber: Suryadi dan Samuel (2022)

4. HASIL DAN DISKUSI

Hasil

Berdasarkan profil 112 responden yang terlibat, terdapat 60 responden laki-laki (53,6%) dan 52 responden perempuan (46,4%). Mayoritas responden adalah mahasiswa semester 7 sebanyak 95 responden (84,8%) dan mayoritas responden mengambil konsentrasi jurusan kewirausahaan sebanyak 56 responden (50%). Responden dalam penelitian ini sudah mendapatkan pendidikan kewirausahaan dan telah memperoleh pengetahuan kewirausahaan selain dari perkuliahan meliputi seminar, *workshop*, pelatihan kewirausahaan, buku, dan sumber lainnya.

Penelitian ini meliputi hasil uji validitas dan reliabilitas, koefisien determinasi, *effect size*, *predictive relevance*, *Goodness of Fit*, dan pengujian hipotesis. Uji validitas dapat menggunakan teknik *Structural Equation Modelling* (SEM) terdiri atas validitas konvergen (*Average Variance Extracted* dan *outer loadings*) dan validitas diskriminan (*Fornell-Larcker criterion* dan *cross loading*). Adapun uji reliabilitas dapat dilihat dari dua nilai, yakni nilai *Cronbach's alpha* dan nilai *composite reliability*.

Penelitian ini telah dilakukan tahap *pretest* pada instrumen penelitian dengan jumlah sampel kecil, yaitu 35 responden di mana suatu penelitian perlu dilakukannya tahap *pretest* terlebih dahulu. Berdasarkan hasil *pretest* terhadap 35 responden, penelitian ini menggunakan metode PLS-SEM menunjukkan hasil uji validitas konvergen dengan pendekatan *Average Variance Extracted* (0,562; 0,806; 0,714; 0,596) dan *outer loadings* (> 0,600), dilanjutkan hasil uji validitas diskriminan dengan pendekatan *Fornell-Larcker criterion* (nilai akar dari AVE pada konstruk lebih tinggi dibandingkan korelasi konstruk dengan variabel laten lainnya) dan *cross loading* (nilai indikator pada variabel eksogen lebih tinggi dari setiap konstruk dibandingkan dengan indikator pada konstruk lainnya. Adapun nilai indikator pada variabel niat berwirausaha sebagai variabel endogen masih terdapat konstruk yang lebih rendah dari indikator pada konstruk lainnya). Dengan demikian, hasil *pretest* penelitian ini masih belum dapat dinyatakan valid seutuhnya. Nilai reliabilitas pada *pretest* penelitian ini menggunakan pendekatan *Cronbach's alpha* (0,738; 0,881; 0,918; 0,885) dan *composite reliability* (> 0,700) maka dapat dinyatakan reliabel. Dilanjutkan hasil penelitian dengan menggunakan metode *bootstrapping* menunjukkan nilai positif dan tidak signifikan. Hal ini menunjukkan penelitian masih memerlukan tahap pengujian lebih lanjut dengan jumlah sampel yang lebih besar. Berikut hasil penelitian dengan menggunakan 112 responden.

Tabel 2. Validitas Konvergen

Variabel dan Pernyataan	OL	AVE
Sikap Kewirausahaan		0,660
EA1	0,836	
EA2	0,729	
EA3	0,872	
EA4	0,806	
Norma Subjektif		0,743
SN1	0,860	
SN2	0,876	
SN3	0,850	
Pengetahuan Kewirausahaan		0,696
EK1	0,871	
EK2	0,811	
EK3	0,847	
EK4	0,825	
EK5	0,834	
EK6	0,817	
Niat Berwirausaha		0,658
EI1	0,801	
EI2	0,662	
EI3	0,845	
EI4	0,816	
EI5	0,825	
EI6	0,861	
EI7	0,849	

OL: *Outer Loadings*; AVE: *Average Variance Extracted*

Berdasarkan hasil uji validitas pada Tabel 2 menyatakan bahwa setiap variabel penelitian ini adalah valid. Hal ini dibuktikan dengan hasil *average variance extracted* (AVE) yang lebih besar dari 0,5 ($> 0,5$). Variabel sikap kewirausahaan memiliki nilai AVE sebesar 0,660, norma subjektif sebesar 0,743, pengetahuan kewirausahaan sebesar 0,696, dan niat berwirausaha sebesar 0,658. Hal ini dibuktikan juga dengan hasil *outer loadings* yang lebih besar dari 0,5 ($> 0,5$).

Tabel 3. *Fornell-Larcker Criterion*

	EA	EI	EK	SN
EA	0,812			
EI	0,797	0,811		
EK	0,661	0,634	0,834	
SN	0,456	0,589	0,342	0,862

Hasil *Fornell-Larcker criterion* pada Tabel 3 menyatakan bahwa setiap variabel penelitian ini adalah valid. Hal ini dibuktikan dengan akar dari AVE pada konstruk lebih tinggi dibandingkan korelasi konstruk dengan variabel laten lainnya.

Tabel 4. Cross Loading

	EA	EI	EK	SN
EA1	0,836	0,709	0,535	0,298
EA2	0,729	0,539	0,558	0,349
EA3	0,872	0,718	0,488	0,380
EA4	0,806	0,603	0,590	0,471
EI1	0,709	0,801	0,561	0,564
EI2	0,536	0,662	0,443	0,351
EI3	0,651	0,845	0,435	0,533
EI4	0,615	0,816	0,660	0,424
EI5	0,675	0,825	0,520	0,375
EI6	0,684	0,861	0,518	0,568
EI7	0,633	0,849	0,453	0,492
EK1	0,610	0,550	0,871	0,313
EK2	0,469	0,451	0,811	0,344
EK3	0,559	0,581	0,847	0,272
EK4	0,587	0,543	0,825	0,345
EK5	0,500	0,538	0,834	0,199
EK6	0,573	0,493	0,817	0,245
SN1	0,470	0,589	0,327	0,860
SN2	0,352	0,463	0,292	0,876
SN3	0,333	0,447	0,254	0,850

Hasil *cross loading* pada Tabel 4 menyatakan bahwa setiap variabel penelitian ini adalah valid. Hal ini dibuktikan dengan nilai indikator yang lebih tinggi dari setiap konstruk dibandingkan dengan indikator pada konstruk lainnya.

Tabel 5. Reliabilitas

	<i>Cronbach's alpha</i>	<i>Composite Reliability (rho_a)</i>	<i>Composite Reliability (rho_c)</i>
EA	0,828	0,841	0,886
SN	0,829	0,845	0,897
EK	0,913	0,916	0,932
EI	0,912	0,917	0,930

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada Tabel 5 menyatakan bahwa setiap variabel penelitian ini adalah reliabel. Hal ini dibuktikan dengan hasil *Cronbach's alpha* dan *composite reliability* lebih besar dari 0,7 ($> 0,7$). Variabel sikap kewirausahaan memiliki nilai *Cronbach's alpha* sebesar 0,828, norma subjektif sebesar 0,829, pengetahuan kewirausahaan sebesar 0,913, dan niat berwirausaha sebesar 0,912.

Tabel 6. Koefisien Determinasi, *Predictive Relevance*

Variabel	<i>R-square</i>	<i>Q-square</i>
Niat Berwirausaha	0,716	0,660

Hasil koefisien determinasi (R^2) pada Tabel 6 menunjukkan bahwa niat berwirausaha sebagai variabel endogen dapat dijelaskan perubahannya oleh variabel eksogen (sikap kewirausahaan, norma subjektif, dan pengetahuan kewirausahaan) sebanyak 71,6% (mendekati 1 = 100%) dan sisanya 28,4% dapat dijelaskan oleh variabel lain. Hasil nilai koefisien determinasi (R^2) termasuk dalam model moderat kuat ($0.5 \leq R^2 < 0.75$) (Hair *et al.*, 2011). Dilanjutkan hasil *predictive relevance* (Q^2) menunjukkan bahwa variabel dalam penelitian ini memiliki hubungan yang relevan. Nilai *predictive relevance* (Q^2) pada variabel niat berwirausaha adalah 0,660 di mana lebih besar dari 0 (> 0) (Ghozali, 2015).

Tabel 7. *Effect Size*

	EA	SN	EK	EI
EA				0,552
SN				0,212
EK				0,058
EI				

Hasil *effect size* (f^2) pada Tabel 7 menunjukkan bahwa variabel eksogen (sikap kewirausahaan, norma subjektif, dan pengetahuan kewirausahaan) berpengaruh sebesar 0,552, 0,212, 0,058 terhadap niat berwirausaha sebagai variabel endogen. Pengaruh variabel sikap kewirausahaan terhadap niat berwirausaha memiliki nilai efek sedang ($0,51 \leq f^2 \leq 1,00$). Dilanjutkan variabel norma subjektif terhadap niat berwirausaha memiliki nilai efek rendah ($0,21 \leq f^2 \leq 0,50$), sedangkan variabel pengetahuan kewirausahaan terhadap niat berwirausaha memiliki nilai efek sangat rendah ($0 \leq f^2 \leq 0,20$).

Goodness of Fit (GoF) dapat dilakukan perhitungan secara manual dengan rumus.

$$GoF = \sqrt{AVE \times R^2}$$

Keterangan:

GoF = *Goodness of Fit*

AVE = *Average Variance Extracted*

R² = Koefisien Determinasi

Hasil perhitungan *Goodness of Fit (GoF)* secara manual dapat dinyatakan bahwa variabel penelitian baik (*fit*) dengan nilai *Goodness of Fit (GoF)* sebesar 0,702 dan termasuk kategori GoF besar (> 0,36) (Wetzels *et al.*, 2009). Dilanjutkan *Goodness of Fit (GoF)* yang dihasilkan dari *output SmartPLS 4* menunjukkan bahwa nilai NFI sebesar 0,757 dan nilai SRMR sebesar 0,076.

Tabel 8. Hasil Uji Signifikansi

Variabel	<i>Original sample</i>	<i>t-statistics</i>	<i>p values</i>
Sikap Kewirausahaan → Niat Berwirausaha	0,558	3,692	0,000
Norma Subjektif → Niat Berwirausaha	0,276	2,247	0,025
Pengetahuan Kewirausahaan → Niat Berwirausaha	0,171	1,854	0,064

Hasil uji signifikansi pada Tabel 8 terlihat sikap kewirausahaan memiliki nilai *t-statistics* sebesar 3,692 yang menyatakan lebih besar dari 1,96 dan *p values* sebesar 0,000 yang menyatakan lebih kecil dari 0,05. Nilai *path coefficients* yang dihasilkan adalah 0,558 menunjukkan hasil yang positif sehingga dapat disimpulkan sikap kewirausahaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha. Hal ini menunjukkan bahwa sikap kewirausahaan yang dimiliki mahasiswa S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara, khususnya mahasiswa semester 7 dengan konsentrasi jurusan kewirausahaan memberikan pengaruh yang positif terhadap niat berwirausaha. Dilanjutkan norma subjektif memiliki nilai *t-statistics* sebesar 2,247 yang menyatakan lebih besar dari 1,96 dan *p values* sebesar 0,025 yang menyatakan lebih kecil dari 0,05. Nilai *path coefficients* yang dihasilkan adalah 0,276 menunjukkan hasil yang positif, sehingga dapat disimpulkan norma subjektif memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha. Faktor norma subjektif yang dimiliki mahasiswa S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara, khususnya mahasiswa semester 7 dengan konsentrasi jurusan kewirausahaan memiliki peran yang penting terhadap niat berwirausaha. Adapun pengetahuan

kewirausahaan memiliki nilai *t-statistics* sebesar 1,854 yang menyatakan kurang dari 1,96 dan *p values* sebesar 0,064 yang menyatakan lebih besar dari 0,05. Nilai *path coefficients* yang dihasilkan adalah 0,171 menunjukkan hasil yang positif sehingga dapat disimpulkan pengetahuan kewirausahaan tidak memiliki pengaruh terhadap niat berwirausaha. Pengetahuan kewirausahaan tentu menjadi fokus dalam penelitian ini di mana pengetahuan kewirausahaan perlu dimiliki sejak dini bukan hanya mahasiswa dengan semester dan konsentrasi jurusan tertentu saja.

Diskusi

Hasil uji hipotesis pertama dalam penelitian ini menunjukkan hasil yang positif dan signifikan pada pengaruh sikap kewirausahaan terhadap niat berwirausaha. Hasil pengujian ini didukung dengan adanya penelitian terdahulu oleh Maydiantoro dkk (2021); Arpizal dan Dwijayanti (2021); Handayani dkk. (2021); Mirawati dkk. (2016); Etrata dan Raborar (2022); Alin & Dil (2022); Rahayu dkk. (2018); Hidayat dan Bagasworo (2020); Santi dkk. (2017) yang menyatakan bahwa sikap kewirausahaan dapat memengaruhi niat berwirausaha.

Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya, sikap kewirausahaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha. Hal ini membuktikan hipotesis pertama pada penelitian ini telah sesuai dengan penelitian terdahulu dengan nilai *t-statistics* sebesar 3,692 yang menyatakan lebih besar dari 1,96 dan *p-value* sebesar 0,000 yang menyatakan lebih kecil dari 0,05 sehingga hasil pengujian hipotesis sikap kewirausahaan terhadap niat berwirausaha pada penelitian ini adalah signifikan. Penelitian ini bernilai positif karena nilai *path coefficients* yang dihasilkan adalah 0,558. Dengan demikian, sikap kewirausahaan yang dimiliki mahasiswa S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara memberikan pengaruh yang positif terhadap niat berwirausaha. Hasil penelitian menunjukkan mahasiswa S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara memiliki sikap antusiasme yang tinggi terhadap kewirausahaan dengan tekad yang kuat mendirikan usaha bisnis di masa depan. Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Untar memiliki program kewirausahaan, yaitu **Entrepreneur Week** di mana program ini diselenggarakan sebagai salah satu syarat kelulusan mata kuliah dalam perminatan atau konsentrasi kewirausahaan. Selain itu, FEB Untar melalui program **Entrepreneur Week** memiliki tujuan dalam rangka pembentukan sikap antusiasme dan karakteristik setiap individu dalam berwirausaha. Sikap antusiasme tinggi yang dimiliki mahasiswa S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara dapat diimplikasikan secara nyata pada program **Entrepreneur Week** FEB Untar yang sudah terselenggarakan hingga periode ke-19 saat ini.

Hasil uji hipotesis kedua dalam penelitian ini menunjukkan hasil yang positif dan signifikan pada pengaruh norma subjektif terhadap niat berwirausaha. Hasil pengujian ini

didukung dengan adanya penelitian terdahulu oleh Rahayu dkk. (2018); Hidayat dan Bagasworo (2020); Mirawati dkk. (2016); Santi dkk. (2017); Mihartinah dan Corynata (2018); Maydiantoro dkk. (2021) yang menyatakan bahwa norma subjektif dapat memengaruhi niat berwirausaha.

Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya, norma subjektif memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha. Hal ini membuktikan hipotesis kedua pada penelitian ini telah sesuai dengan penelitian terdahulu dengan nilai *t-statistics* sebesar 2,247 yang menyatakan lebih besar dari 1,96 dan *p-value* sebesar 0,025 yang menyatakan lebih kecil dari 0,05 sehingga hasil pengujian norma subjektif terhadap niat berwirausaha pada penelitian ini adalah signifikan. Penelitian ini bernilai positif karena nilai *path coefficients* yang dihasilkan adalah 0,276. Dengan demikian, adanya peran norma subjektif memberikan pengaruh yang positif terhadap niat berwirausaha mahasiswa S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara. Hasil penelitian menunjukkan mahasiswa S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara mendapatkan dukungan sangat penuh dari keluarga dan teman terhadap keputusan untuk mendirikan bisnis. Hal ini dapat diimplikasikan secara nyata dari persetujuan dan bantuan modal yang diberikan orang tua mahasiswa terhadap proses implementasi bisnis mahasiswa selama mengikuti program kewirausahaan yang didukung oleh perguruan tinggi, seperti **Entrepreneur Week** dan MBKM Kewirausahaan.

Hasil uji hipotesis ketiga dalam penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan kewirausahaan tidak memiliki pengaruh terhadap niat berwirausaha sehingga hipotesis ketiga ditolak. Hasil pengujian ini didukung dengan penelitian terdahulu oleh Yuliyanti (2019) yang menyatakan bahwa pengetahuan kewirausahaan dapat memengaruhi secara positif terhadap niat berwirausaha, namun tidak signifikan.

Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya, pengetahuan kewirausahaan tidak memiliki pengaruh terhadap niat berwirausaha. Hal ini dilihat dari hipotesis ketiga pada penelitian ini memiliki nilai *t-statistics* sebesar 1,854 yang menyatakan lebih kecil dari 1,96 dan *p-value* sebesar 0,064 yang menyatakan lebih besar dari 0,05 sehingga hasil pengujian hipotesis pengetahuan kewirausahaan disimpulkan tidak signifikan. Penelitian ini bernilai positif karena nilai *path coefficients* yang dihasilkan adalah 0,171. Dengan demikian, pengetahuan kewirausahaan yang dimiliki mahasiswa S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara tidak memiliki pengaruh terhadap niat berwirausaha sehingga perlu untuk mendorong peningkatan terhadap pengetahuan kewirausahaan baik dari proses pembelajaran ataupun dari seminar, *workshop*, dan sumber pengetahuan yang lain. Adapun penelitian terdahulu oleh Yuliyanti (2019) dan Karyaningsih dkk. (2020) yang menyatakan bahwa pengetahuan kewirausahaan belum memiliki pengaruh terhadap niat berwirausaha.

Hasil penelitian ini dapat dijadikan masukan bagi mahasiswa untuk dapat meningkatkan niat terhadap kegiatan berwirausaha dengan mendalami sikap kewirausahaan, memperoleh pengetahuan kewirausahaan dari banyak sumber, dan dukungan dari keluarga dan teman sebagai pelaku norma subjektif yang dapat diterapkan mulai dari lingkungan universitas.

5. SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil uji dan pembahasan yang telah dijabarkan, maka penelitian dapat disimpulkan bahwa sikap kewirausahaan dan norma subjektif memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha mahasiswa aktif S1 Manajemen Universitas Tarumanagara. Adapun pengetahuan kewirausahaan tidak memiliki pengaruh terhadap niat berwirausaha mahasiswa aktif S1 Manajemen Universitas Tarumanagara.

Penelitian ini masih terdapat batasan di mana subjek penelitian masih dalam ruang lingkup mahasiswa S1 Manajemen Universitas Tarumanagara, dan variabel penelitian belum beragam. Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian serupa di masa yang akan mendatang dengan mengembangkan variabel penelitian. Variabel penelitian dapat dikembangkan lebih beragam. Ruang lingkup sampel dapat diperluas untuk memperoleh informasi yang lebih beragam dengan jumlah responden penelitian diperbanyak. Diharapkan penelitian ini dapat menjadi masukan bagi mahasiswa untuk meningkatkan niat terhadap wirausaha dengan mendalami sikap kewirausahaan, memperoleh pengetahuan kewirausahaan dari banyak sumber, dan dukungan dari keluarga dan teman sebagai pelaku norma subjektif sehingga niat berwirausaha dapat tumbuh kembang diterapkan sejak dini mulai dari lingkungan universitas.

DAFTAR RUJUKAN

- Abba, A. (2022). Minat Mahasiswa untuk Berwirausaha Masih Rendah. Online at: <https://voxntt.com/2022/01/25/minat-mahasiswa-untuk-berwirausaha-masih-rendah/84842/>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. In *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Ajzen, I. (2005). *Laws of human behavior : Symmetry, compatibility, and attitude behavior correspondence*. Germany: Shaker Verlag.
- Alin, L. D., & Dil, E. (2022). Determinants of Somali Student's Entrepreneurial Intentions: The Case Study of University Students in Mogadishu. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 23(1), 130-142. <https://doi.org/10.17494/ogusbd.1092867>

- Arpizal, A., & Dwijayanti, N. S. (2021). Pengaruh Sikap Berwirausaha dan Dukungan Sosial terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2018-2019 Universitas Jambi. *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 3(1), 43-55. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1>
- Bartle, N., & Harvey, K. (2017). Explaining infant feeding: The role of previous personal and vicarious experience on attitudes, subjective norms, self-efficacy, and breastfeeding outcomes. *British journal of health psychology*, 22(4), 763-785. <https://doi.org/10.1111/bjhp.12254>
- Bell, R., Bell, H., McCracken, M., & Matlay, H. . (2016). An enterprise opportunity for entrepreneurial students: Student enterprise development and experience assessed through the student voice. *Education Training*, 58. <https://doi.org/10.1108/ET-12-2014-0150>
- Biswas, A., & Verma, R. K. (2021). Attitude and alertness in personality traits: A pathway to building entrepreneurial intentions among university students. *Journal of Entrepreneurship and Innovation in Emerging Economies, Entrepreneurship Development Institute of India*, 30(2), 367-396. <https://doi.org/10.1177/09713557211025656>
- BPS. (2022). *Jumlah Penduduk Pertengahan Tahun 2018 - 2022 (Ribu Jiwa)*. Indonesia: Badan Pusat Statistik.
- Carlucci, D., Nocella, G., De Devitiis, B., Viscecchia, R., Bimbo, F., & Nardone, G. (2015). Consumer purchasing behaviour towards fish and seafood products. *Patterns and insights from a sample of international studies*, 84, 212-227. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2014.10.008>
- Cho, H., & Lee, J. S. (2015). The influence of self- efficacy, subjective norms, and risk perception on behavioral intentions related to the H1N1 flu pandemic: A comparison between Korea and the US. *Asian Journal of Social Psychology*, 311-324. <https://doi.org/10.1111/ajsp.12104>
- Detik. (2022). Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif: Pengertian, Contoh, dan Jenisnya. Online at: <https://www.detik.com/jabar/berita/d-6221569/metode-penelitian-kualitatif-dan-kuantitatif-pengertian-contoh-dan-jenisnya>
- Do, B. R., & Dadvari, A. (2017). The influence of the dark triad on the relationship between entrepreneurial attitude orientation and entrepreneurial intention: A study among students in Taiwan University. *Asia Pacific Management Review*, 22(4), 185-191. <https://doi.org/10.1016/j.apmr.2017.07.011>
- Etrata, A., & Raborar, J. L. (2022). The Filipino generation Z's entrepreneurial intention: What drives their business mindedness? *International Journal of Research in Business and Social Science*, 11(2), 57-66. <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v11i2.1660>
- Feldman. (1995). *Thinking Critically: A Psychoogy Student's Guide*. New York: McGraw-Hill.

- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Square Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., JR, Anderson, R. E., & T, R. L. (2011). *Multivariate Data Analysis. Fifth Edition*. New Jersey: Prentice Hall , Inc.
- Handaru, A. W., Parimita, W., & Mufdhalifah, I. W. (2015). MEMBANGUN INTENSI BERWIRAUSAHA MELALUI ADVERSITY. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 17(2), 155-166. <https://doi.org/10.9744/jmk.17.2.165-176>
- Handayani, M., Yohana, C., & Saidani, B. (2021). Pengaruh Kreativitas dan Sikap Kewirausahaan Terhadap Intensi Berwirausaha pada Mahasiswa Universitas di Jakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan*, 2(2), 524-540. <http://pub.unj.ac.id/index.php/jbmk>
- Hantoro, S. (2015). *Kiat Sukses Berwirausaha*. Yogyakarta: Adicita Karya Nusa.
- Hendrawan, J. S., & Sirine, H. (2017). Pengaruh Sikap Mandiri, Motivasi, Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus pada Mahasiswa FEB UKSW Konsentrasi Kewirausahaan). *AJIE - Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 2(3), 291-314. <https://journal.uui.ac.id/ajie/article/view/8971/7517>
- Hidayat, R. A., & Bagasworo, W. (2020). Pengaruh Sikap, Norma Subjektif Dan Efikasi Diri Terhadap Niat Berwirausaha Studi Pada Lulusan Perguruan Tinggi 2019 Di DKI Jakarta. *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Perbankan*, 6(3), 132-138. <https://doi.org/10.35384/jemp.v6i3.236>
- Hutasuhut S., Thamrin T., & Aditia, R. (2021). Factors affecting students' entrepreneurial intentions and their differences based on gender, tribe, and parents' occupation: a cross-sectional study. *F1000Research*, 10, 438. <https://doi.org/10.12688/f1000research.52047.1>
- kabarbisnis. (2021). Terbilang rendah di Asean, rasio kewirausahaan Indonesia baru 3,47 persen. Online at: <https://www.kabarbisnis.com/read/28108137/terbilang-rendah-di-asean-rasio-kewirausahaan-indonesia-baru-3-47-persen>
- Karyaningsih, R. D., Wibowo, A., Saptono, A., & Narmaditya, B. S. (2020). Does entrepreneurial knowledge influence vocational students' intention? Lessons from Indonesia. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 8(4), 138-155. <https://doi.org/10.15678/EBER.2020.080408>
- Khairinal, & Hutabarat. (2019). *Kewirausahaan*. Jambi: Salim Media Indonesia.
- Kompas. (2022). 10 Negara dengan Penduduk Terbanyak di Dunia 2022, Ada Indonesia? Online at: <https://travel.kompas.com/read/2022/07/25/083336127/10-negara-dengan-penduduk-terbanyak-di-dunia-2022-ada-indonesia?page=all>
- Kurnia, D., Kusnendi, & Furqon, C. (2018). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Efikasi Diri terhadap Minat Wirausaha. *Jurnal Pendidikan Ekonomi UM Metro*, 6(2), 48-56. <http://dx.doi.org/10.24127/pro.v6i2.1690>

- Liñán, F., Moriano, J.A., & Jaén, I. . (2016). Individualism and entrepreneurship: Does the pattern depend on the social context? *International Small Business Journal*, 34(6), 760–776. <https://doi.org/10.1177/0266242615584646>
- Malebana, J. (2014). Entrepreneurial intentions of South African rural university students: A test of the theory of planned behaviour. *Journal of Economics and Behavioral Studies*, 6(2), 130-143. <https://doi.org/10.22610/jeps.v6i2.476>
- Malhotra, N. (2010). *Marketing research: an applied orientation. 6th edition*. Jakarta: Upper Saddle River, NJ Pearson Education, Inc.
- Maryati, L., Indriayu, M., & Totalia, S. A. (2017). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Niat Berwirausaha Siswa Di Smk Negeri 4 Surakarta Tahun Ajaran 2016/2017. *Jurnal Pendidikan Bisnis dan Ekonomi*, 3(2), 1-8. <https://jurnal.fkip.uns.ac.id/index.php/ptn/article/view/11298>
- Maydiantoro, A., Jaya, M. B., Basri, M., Yulianti, D., Sinaga, R. M., & Arif, S. (2021). The Influence of Entrepreneurial Attitudes, Subjective Norms and Self-efficacy on Entrepreneurial Intentions. *Journal of Management Information and Decision Sciences*, 24(4), 1-12. <https://www.abacademies.org/articles/the-influence-of-entrepreneurial-attitudes-subjective-norms-and-selfefficacy-on-entrepreneurial-intentions-11959.html>
- Mensah, I. K., Zeng, G., Luo, C., Xiao, Z., & Lu, M. (2021). Exploring the predictors of Chinese college students' entrepreneurial. *SAGE Journals*. <https://ojs.uph.edu/index.php/IConEnt/article/view/6172>
- Merdeka. (2021). Jumlah Wirausaha Indonesia Jauh di Bawah Malaysia dan Thailand. Online at: <https://www.merdeka.com/uang/jumlah-wirausaha-indonesia-jauh-di-bawah-malaysia-dan-thailand.html>
- Mihartinah, D., & Corynata, I. (2018). Pengaruh Sikap terhadap Perilaku, Norma Subjektif, dan Kontrol Perilaku Persepsian terhadap Niat Mahasiswa Akuntansi untuk Mengambil Sertifikasi Chartered Accountant. *Jurnal Akuntansi*, 8(2), 77-87. <https://doi.org/10.33369/j.akuntansi.8.2.77-88>
- Mirawati, N. M., Wardana, I. M., & Sukaatmadja, I. G. (2016). Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, dan Persepsi Kontrol Keperilakuan, terhadap Niat Siswa SMK di Kota Denpasar untuk Menjadi Wirausaha. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 5(7), 1981-2010. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/EEB/article/view/16273>
- Mwasalwiba, E. S. (2010). Entrepreneurship education: a review of its objectives, teaching methods, and impact indicators. *Education & Training*, 52(1), 20-47. <http://dx.doi.org/10.1108/00400911011017663>

- Nguyen, A. T., Do, T. H. H., Vu, T. B. T., Dang, K. A., & Nguyen, H. L. (2019). Factors affecting entrepreneurial intentions among youths in Vietnam. *Children and Youth Services Review*, 99, 186–193. <https://doi.org/10.1016/j.childyouth.2019.01.039>
- Notoatmodjo, & Soekidjo. (2012). *Promosi kesehatan dan Perilaku Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Nursito, S., & Nugroho, A. J. S. (2013). Analisis Pengaruh Interaksi Pengetahuan Kewirausahaan dan Efikasi Diri Terhadap Intensi Wirausaha. *Kiat Bisnis*, 5, 148-158. <http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=604814&val=6821&title=ANALISIS%20PENGARUH%20INTERAKSI%20PENGETAHUAN%20KEWIRAUSAHAAN%20DAN%20EFIKASI%20DIRI%20TERHADAP%20INTENSI%20KEWIRAUSAHAAN>
- Prastiwi, I. R., Kurjono, & Setiawan, Y. (2022). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Efikasi Diri terhadap Intensi Berwirausaha pada Mahasiswa UPI. *Fineteach : Journal of finance, Entrepreneurship, and Accounting Education Research*, 1(1), 143-152. <https://ejournal.upi.edu/index.php/fineteach/article/view/48140>
- Rahayu, W., Mulyadi, H., & Utama, R. (2018). Gambaran Sikap Kewirausahaan dan Niat Berwirausaha pada Mahasiswi Angkatan 2014 di UPI Bandung. *Journal of Business Management Education*, 3(1), 63-72. <https://doi.org/10.17509/jbme.v3i1.14248>
- Rana, J., & Paul, J. (2017). Consumer behavior and purchase intention for organic food: A review and research agenda. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 38, 157-165. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2017.06.004>
- Roxas, B. (2014). Effects of entrepreneurial knowledge on entrepreneurial intentions: a longitudinal study of selected South-east Asian business students. *Journal of Education and Work*, 27(4), 432-453. <https://eric.ed.gov/?id=EJ1031867>
- Sancho, L., Paula, M., Martín-Navarro, Alicia, Ramos-Rodríguez, & Rafael, A. (2020). Will they end up doing what they like? the moderating role of the attitude towards entrepreneurship in the formation of entrepreneurial intentions. *Studies in Higher Education*, 45(2), 416–433.
- Santi, N., Hamzah, A., & Rahmawati, T. (2017). Pengaruh Efikasi Diri, Norma Subjektif, Sikap Berperilaku, dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Intensi Berwirausaha. *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen*, 1(1), 63-74. <http://jurnal.unswagati.ac.id/index.php/jibm>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2013). *Research Methods For Business*. United Kingdom: Wiley.
- Soelaiman, L., Puspitowati, I., & Selamat, F. (2022). Peran Model Panutan terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa melalui Penerapan Teori Perilaku Terencana. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 6(2), 320-329. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v6i2.20387>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sumarsono, H. (2013). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Intensi Wirausaha Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo. *Jurnal Ekuilibrium*, 8(1), 69-88. <https://orx.doi.org/10.24269/ekuilibrium.v8i1.%y.pp62-88>
- Suprpti, & Sri, N. W. (2010). *Perilaku Konsumen, Pemahaman Dasar dan Aplikasinya Dalam Strategi Pemasaran*. Denpasar: Udayana University Press.
- Suryadi, E., & Samuel, S. (2022). Analisis Pengetahuan Kewirausahaan Dan Motivasi Berwirausaha Dan Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Management. *Journal of Accounting & Management Innovation*, 6(1), 67-83. <https://ejournal-medan.uph.edu/index.php/jam/article/view/528>
- Suryana. (2009). *Kewirausahaan Pedoman Praktis Kiat dan Proses Mencari Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat.
- Triane, U., & Kurniawati, T. (2019). Implikasi Pengetahuan Kewirausahaan dan Kreativitas Terhadap Intensi Berwirausaha Siswa Kelas XII SMKN 1 Padang Panjang Tahun Ajaran 2019/2020. *Jurnal EcoGen*, 2(4), 747-756. <http://dx.doi.org/10.24036/jmpe.v2i4.7852>
- Turker, D., & Selcuk, S.S. (2009). Which factors affect entrepreneurial intentions of university students? *Journal of European Industrial Training*, 33(2), 142-159. <https://doi.org/10.1108/03090590910939049>
- Veronika, K., Yohana, C., & Fidhyallah, N. F. (2021). Hubungan Pengetahuan Kewirausahaan dan E-Commerce dengan Minat Berwirausaha Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan*, 2(1), 309-324. <http://pub.unj.ac.id/index.php/jbmk/article/view/243>
- Vilathuvahna, Ahda, A., & Nugroho. (2015). Intensi Kewirausahaan Mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura. *Jurnal Agriekonomika*, 4(1), 107-119. <https://doi.org/10.21107/agriekonomika.v4i1.678>
- Wetzels, M., Odekerken-Schröder, G., & Oppen, C. v. (2009). Using PLS path modeling for assessing hierarchical construct models: Guidelines and Empirical Illustration. *MIS Quarterly*, 33(1), 177-195. <https://doi.org/10.2307/20650284>
- Yuliyanti, E. (2019). Pengaruh Sikap Mandiri, Motivasi, dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Mahasiswa Berwirausaha secara Syari'ah di Institut Pertanian Bogor. *Jurnal Dinamika Penelitian: Media Komunikasi Sosial Keagamaan*, 19(1), 85-104. <https://doi.org/10.21274/dinamika.2019.19.1.85-104>
- Zaenuri, A. (2021). Tips Menumbuhkembangkan Jiwa Kewirausahaan. Online at: <http://kewirausahaan-s1.stekom.ac.id/informasi/baca/Tips-Menumbuhkembangkan-Jiwa-Kewirausahaan/1c710b1ca4bc921803cf096a5b2bb48d55947e4d>