

PENGARUH *THEORY OF PLANNED BEHAVIOUR* TERHADAP *ENTREPRENEURIAL INTENTION* MAHASISWA DI TANGERANG

Zoel Hutabarat

Business School, Universitas Pelita Harapan

zoel.hutabarat@uph.edu

Diterima 25 Mei 2020

Disetujui 4 Agustus 2020

Abstract— The trend of young entrepreneurs coming from students is growing and this is in line with government programs that want to introduce and create resilient young entrepreneurs from an early age. When on campus, the desire of students to build a business is huge. But when they return to the community, the number of students who want to build a business is not as big as when they were in college. This study wants to look at the impact of the presence of entrepreneurship programs at the college level on entrepreneurial intentions on students. Can the program increase the desire of students to become entrepreneurs? This research was conducted by distributing questionnaires to as many as 200 students at three private universities in Tangerang who have an entrepreneurship program and the data collected were processed using SEM PLS 3. The results of this study indicate that the variables of personal attitude, perceived behavioral control, and subjective norm, affect entrepreneurial Student intentions at the three universities studied. This can be the basis for universities to develop existing entrepreneurship programs to enhance student creativity. Not only facilitating students with exhibition programs, but also providing students with the tools to be more creative and innovative, not only in product development but also in the process of experiencing consumers.

Key Words: *Theory of Planned Behaviour, Entrepreneurial Iintention, Students.*

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

UMKM terbukti memberikan kontribusi yang besar, kurang lebih berkisar Rp. 14.837,4 triliun dalam perekonomian Indonesia pada tahun 2018 yaitu sebesar 5.17% dibandingkan dengan pendapatan di tahun 2017 sebesar kurang lebih berkisar Rp. 13.587,2 triliun, sebagaimana yang tercatat oleh Badan Pusat Stastika (Pramesti, 2019). Menurut Maharani (2016), sebanyak kurang lebih 70% penggerak bisnis UMKM secara online berasal dari kalangan muda. Kalangan muda yang dimaksud oleh Maharni adalah mahasiswa, ibu-ibu muda dan sarjana yang baru menyelesaikan kuliahnya. Penelitian lain terhadap wirausaha muda yang memulai usahanya sejak dibangku kuliah di College of Business di tenggara Amerika Serikat menyebutkan keinginan mahasiswa membangun usaha mereka sendiri. Masuknya kalangan anak muda ke dalam dunia usaha bukan serta merta dikarenakan oleh dorongan dari kampus saja yang mengharuskan untuk membuka usaha sebagai tugas akhir (Business Plan Report) tetapi juga ada yang berasal dari kemauan sendiri (Wurthmann, 2013) ataupun sekedar mengikut trend yang sedang berlangsung seperti Es Kepala Milo, bola ubi, sate taichan, dll. Sebab trend bisa kapan saja mati dan itu seperti boomerang pada bisnis sendiri karena ketika trend mati maka bisnis yang dikelola dengan hanya didasari pada trend

juga bisa ikut mati. Hal ini yang terkadang tidak disadari oleh kalangan anak muda yang hanya berfokus pada trend yang sedang ada di pasar tanpa memikirkan bahwa minat kewirausahaan (*entrepreneurial intention*) benar – benar ada atau tidak didalam dirinya (Linan dan Chen, 2009)

Minat berwirausaha di kalangan anak muda khususnya mahasiswa yang sedang mengikuti perkuliahan di kampus yang memberi pengajaran tentang dunia bisnis perlu diteliti. Penelitian ini dapat memberi kontribusi bagi kampus yang menyediakan pengajaran maupun bagi mahasiswa itu sendiri. Alasan penelitian ini menguji mahasiswa/i yang berasal dari Universitas A, Universitas B, dan Universitas C adalah Universitas A memiliki konsentrasi *entrepreneur* yang memiliki peminat lebih banyak dibandingkan dengan konsentrasi – konsentrasi lainnya. Kemudian, Universitas B berfokus pada pengembangan bisnis dan sejak semester awal universitas ini sudah menyediakan program kegiatan wirausaha bagi mahasiswa/i nya dimana terdapat *exhibition* yang dibuat untuk menampilkan ide bisnis dan hasil karya bisnis mahasiswa/i nya. Alasan menggunakan Universitas C adalah *Business Department* dari universitas ini aktif dalam menyelenggarakan acara – acara yang berhubungan dengan kewirausahaan, salah satu nya adalah *International Business Entrepreneurship Festival (IBEF)* dimana mahasiswa/i mengikuti kompetisi bisnis dan *product exhibition* untuk meningkatkan kemampuan dalam berwirausaha.

Hasil survei pendahuluan yang dilakukan pada medio September hingga Oktober 2019 terhadap 60 mahasiswa dalam penelitian ini menunjukkan bahwa rata-rata 6 dari 10 mahasiswa/i universitas yang memiliki konsentrasi bisnis yang ada di Tangerang, telah memiliki bisnis karena tugas dari kampus. Berikut hasil survei terdahulu yang dilakukan terhadap 20 responden yang berasal dari 3 universitas swasta di Tangerang.

Tabel 1. Survei Penelitian Mahasiswa/I Fakultas Ekonomi yang sudah memiliki Bisnis

Universitas	Persentase
Universitas A	60%
Universitas B	70%
Universitas C	60%

Sumber: Hasil olahan, 2019

Dari table diatas dapat dilihat bahwa sekitar 60%-70% mahasiswa di 3 kampus swasta di Tangerang sudah memiliki bisnis. Namun kebanyakan dari mereka, bisnis yang dibangun merupakan tugas dari kampus. Apakah jumlah persentase yang ditampilkan benar-benar mewakili keinginan mahasiswa untuk membangun usaha ketika mereka selesai kuliah? Dari data yang dikeluarkan oleh salah satu universitas swasta di Tangerang menyebutkan hanya 27% mahasiswanya yang menjadi wirausaha (Hartati, 2019). Hal ini menunjukkan bahwa terjadi kesenjangan ketika masih di dalam kampus, semangat untuk membangun usaha begitu besar hingga mencapai 60-70% mahasiswa dapat memulai membangun usaha mereka. Namun ketika sudah selesai dan kembali ke masyarakat, tersisa hanya 27% yang tetap membangun usaha. Menurut Linan dan Chen (2009), minat kewirausahaan berindikasi pada cara individu dalam mengangkat perilaku kewirausahaan yang menuntunnya untuk membuka usaha yang berdasar pada nilai/perilaku kewirausahaan yang sesungguhnya. Terdapat 3 faktor yang mempengaruhi perilaku kewirausahaan yang dikenal dengan sebutan *Theory of Planned Behavior*, yakni: *Personal Attitude*, *Subjective Norm*, dan *Perceived Behavioral Control*.

2. TINJAUAN LITERATUR DAN HIPOTESIS

2.1 *Theory of Planned Behavior*

Theory Planned of Behavior (TPB) atau teori perilaku terencana merupakan teori lanjutan dari *Theory Reasoned Action* (TRA), kedua teori tersebut memiliki arti dan tujuan yang sama dalam memahami suatu perilaku dan digunakan untuk melengkapi keterbatasan dari *Theory Reasoned Action* (TRA) dalam menangani suatu perilaku. Menurut Ajzen (2012) seseorang yang sudah memiliki niat adalah seseorang yang sudah siap dalam melaksanakan suatu hal atau perilaku tertentu. Berdasarkan *Theory Planned of Behavior* (TPB), niat seseorang menggambarkan keinginan orang tersebut untuk mencoba dalam menetapkan suatu perilaku tertentu. Niat seseorang dipengaruhi oleh perilaku yang dibagi menjadi tiga bagian, yaitu; *personal attitude* (PA), *subjective norm* (SN) and *perceived behavioral control* (PBC). *Personal attitude* (PA) adalah sikap yang memastikan hasil tindakan dari suatu perilaku dengan cara mengevaluasi apakah tindakan perilaku tersebut sudah mengarah ke arah yang positif atau negatif. *Subjective norm* (SN) adalah persepsi masing – masing orang untuk menilai apakah orang lain di lingkungan sekitarnya sudah setuju atau tidak setuju terhadap suatu tindakan perilaku tersebut. *Perceived behavioral control* (PBC) adalah keyakinan seseorang dalam mengontrol suatu perilaku tertentu mengenai mudah atau sulitnya untuk menunjukkan perilaku tersebut. Dalam *Theory Planned of Behavior* (TPB), *entrepreneurial intention* (EI) dipengaruhi oleh *personal attitude* (PA), *subjective norm* (SN) and *perceived behavioral control* (PBC).

2.2. Personal Attitude

Attitude atau sikap adalah sebuah evaluasi mengenai perasaan, pikiran, emosional dan kesukaan seseorang terhadap suatu ide atau obyek. *Attitude* menurut Sarwono (2017) dibagi menjadi tiga bagian yaitu; *Affect*, *Behavior*, dan *Cognition* (ABC). *Affect* merupakan suatu perasaan yang muncul dan dapat dirasakan oleh seseorang. Perasaan tersebut dapat menyenangkan atau menyedihkan. *Behavior* merupakan suatu perilaku seseorang terhadap perasaan yang muncul tersebut. Perasaan tersebut dapat mempengaruhi seseorang untuk memilih antara ingin mendekati atau menghindari. *Cognition* merupakan sebuah penilaian terhadap suatu sikap seseorang. Penilaian tersebut dapat dikategorikan baik atau buruk.

Menurut Gerungan (2012) *attitude* memiliki beberapa karakteristik yaitu, pertama, sikap seseorang tidak terbentuk dari lahir melainkan berasal dari mempelajari perkembangan hidupnya yang berkembang setiap harinya. Kedua, sikap seseorang tidak selalu menetap. Sikap seseorang dapat berubah – ubah dikarenakan faktor keadaan dan masalah yang sedang terjadi. Kemudian ketiga, suatu sikap tidak hanya fokus dengan satu obyek saja melainkan fokus dengan berbagai macam obyek lainnya. Keempat, setiap manusia memiliki suatu sikap yang meliputi perasaan dan motivasi.

Menurut Azwar (2013) sikap dapat terbentuk dengan berbagai cara yaitu, pertama, dari pengalaman pribadinya sendiri. Pengalaman yang dialami oleh orang tersebut harus dapat memberikan kesan dan suatu pelajaran yang kuat agar dapat membentuk suatu sikap. Kedua, adanya pengaruh dari orang lain yang dianggap penting. Ketika ada suatu konflik, sikap seseorang terbentuk antara ingin menghindari konflik tersebut atau tidak. Ketiga, adanya pengaruh kebudayaan. Masing – masing orang memiliki budaya, lingkungan dan pola perilaku sendiri – sendiri. Hal – hal tersebut yang dapat membentuk kepribadian atau sikap seseorang. Keempat, disebabkan oleh media massa. Media massa yang memiliki sarana komunikasi seperti; radio, televisi, dan *social media* memiliki pengaruh yang cukup kuat dalam membentuk suatu opini dan kepercayaan seseorang. Informasi baru mengenai suatu hal dapat membentuk sikap seseorang. Kelima, agama, pendidikan dan hukum. Hal – hal tersebut memiliki pengaruh yang kuat dalam membentuk suatu kepribadian atau sikap seseorang dikarenakan orang tersebut memiliki moral, pemahaman yang baik dan mengetahui apa yang

seharusnya boleh dilakukan dan tidak. Keenam, emosional orang tersebut sendiri. Emosi masing – masing orang berbeda, terkadang bisa bahagia, sedih, takut, emosi, dan lain – lain. Emosional tersebut yang dapat membentuk suatu sikap seseorang.

Menurut Ahmadi (2009) hubungan antara *attitude* dengan *behavior* mempengaruhi terjadinya sebuah sikap. Sikap tersebut muncul ketika seseorang sedang melakukan suatu perilaku. *Personal attitude* dapat dianggap sebagai suatu penilaian dari seseorang untuk menilai apakah perilaku tersebut dapat menguntungkan atau tidak menguntungkan dan apabila penilaian tersebut semakin meningkat, maka semakin besar suatu niat yang sudah terbentuk (Byabashaija, Katono, & Isabalija, 2011). *Personal attitude* merupakan suatu fungsi dari seseorang yang yakin bahwa apabila melakukan suatu perilaku akan menghasilkan sebuah hasil yang akan dinilai nantinya (Patiro & Budiyanti, 2016). Dengan pengertian – pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa *personal attitude* merupakan sikap, perilaku, dan niat seseorang yang kelak akan dinilai secara positif atau negatif serta akan dievaluasi oleh individu tersebut.

2.3. *Personal Attitude*

Subjective Norm diartikan sebagai tingkat sosial yang dirasakan oleh seorang individu dipengaruhi oleh ekspektasi dari sekelompok individu lainnya (Haus, Steinmetz, Isidor, & Kabst, 2013). Norma subjektif adalah persepsi atau asumsi terhadap ekspektasi yang diharapkan dari orang lain maupun suatu perilaku tertentu yang akan/tidak akan dilakukan oleh seseorang (Huda, 2012). Norma subjektif mengarah pada keyakinan norma dari lingkungan sosial yang dapat membuat seseorang melakukan suatu perilaku tertentu. Jika lingkungan sosial mempunyai tanggapan yang positif maka intensi seseorang untuk melakukan suatu hal akan semakin tinggi, dan sebaliknya ketika lingkungan sosial memiliki tanggapan negatif maka akan mengurungkan niat seseorang untuk melakukan suatu hal.

Terdapat dua komponen pembentuk norma subjektif yang dijelaskan dalam Iakovleva, et al (2011), yaitu:

1. *Normative beliefs* (kepercayaan normatif)
Persepsi atau keyakinan orang lain terhadap seseorang/dirinya sendiri menjadi penentu untuk melakukan suatu hal atau tidak. Persepsi atau keyakinan berhubungan dengan pendapat orang – orang penting dan memiliki pengaruh yang besar terhadap seorang individu, orang – orang penting tersebut dapat disebut sebagai contoh/panutan dalam pengambilan keputusan, yaitu melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku.
2. *Motivation to comply* (motivasi untuk mengikuti kepercayaan)
Motivation to comply merupakan motivasi seseorang dalam memenuhi suatu harapan/ekspektasi yang dimiliki oleh orang lain dengan menyesuaikan diri atau norma – norma yang dimiliki oleh lingkungan sosial. Norma subjektif dapat dilihat sebagai pendorong seorang individu untuk mengikuti pandangan lingkungan sosial dalam melakukan atau tidak melakukan suatu tindakan.

2.4. *Perceived Behavioral Control*

Salah satu poin yang termasuk di dalam *Theory of Planned Behavior* adalah *Perceived Behavioral Control* atau biasa yang dikenal dengan singkatan PBC. Menurut Sarwono dan Meinarno (2009), PBC adalah cara kontrol perilaku dari satu atau lebih individu terhadap hal yang pernah dirasakan di masa lalu ataupun sekedar untuk mencegah kemungkinan hadirnya masalah di masa yang mendatang. Terbentuknya PBC disebabkan oleh beberapa faktor seperti pengalaman di masa lalu yang sulit untuk dilupakan oleh individu sehingga mempersempit

kebebasannya untuk berperilaku, informasi yang berasal dari orang sekitar seperti teman, rekan kerja, ataupun lingkungan yang mempengaruhi individu dalam mengolah informasi tersebut sehingga berdampak pada cara berperilaku dari individu dan rasa takut akan terjadinya masalah sehingga mendorong individu untuk mengontrol perilakunya agar tidak melakukan kesalahan.

2.5. *Perceived Behavioral Control*

Menurut Santoso (2009), *Entrepreneurial Intention* atau minat wirausaha adalah daya tarik dari satu atau lebih individu terhadap dunia wirausaha dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan pribadi tanpa ada rasa takut akan hambatan yang sewaktu – waktu dapat hadir tetapi sekaligus juga belajar dari kegagalan itu sendiri. Dengan kata lain, minat wirausaha dapat menjadi awal dari satu atau lebih individu untuk menjadi seorang wirausaha karena jika tanpa adanya minat yang dimiliki maka seseorang tidak akan berpikir untuk memulai profesi sebagai seorang wirausaha. Faktor – faktor yang mendorong individu untuk memiliki minat menjadi wirausaha adalah sebagai berikut (Alma, 2013) seperti faktor pribadi seseorang (*personal attitude*) yang dipengaruhi oleh aspek ketidakpuasan akan pekerjaan yang dimiliki, PHK, berani dalam menanggung resiko, percaya diri serta komitmen untuk menjalankan bisnis, dll. Ada pula faktor sosial (*subjective norm*) yang dipengaruhi oleh dorongan dari orangtua dan teman dekat untuk membuka bisnis, pengalaman berbisnis yang sebelumnya pernah dilakukan, teman / kerabat yang dapat diajak untuk bekerjasama dalam membuka bisnis. Dan faktor lingkungan (*perceived behavioral control*) yang dipengaruhi oleh aspek persaingan yang semakin marak terjadi, berpartisipasi dalam *business training courses*, kebijakan pemerintah, dll. Berdasarkan faktor – faktor diatas maka dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel *independent* yakni *personal attitude*, *subjective norm*, dan *perceived behavioral control* dapat menjadi faktor - faktor pendorong dari terbentuknya minat wirausaha untuk dapat terbentuk.

2.6. Hubungan antar Variabel

Di dalam penelitian ini, berisikan mengenai hubungan antar variabel yang ada dalam penelitian. Hubungan tersebut adalah hubungan antar variabel independen yakni *personal attitude*, *subjective norm*, dan *perceived behavioral control* (*theory of planned behavior*), dengan variabel dependen yakni *entrepreneurial intention*.

Menurut Ajzen dalam Linan dan Chen (2009) *personal attitude* adalah bagaimana individu menilai pribadinya dari aspek positif maupun negatif dalam hal menjadi seorang wirausaha. Penilaian yang dilakukan bukan hanya berdasar pada bagaimana perasaan seseorang dalam menjadi seorang wirausaha tetapi juga dinilai dari hal – hal menguntungkan yang patut untuk dipertimbangkan dalam minat menjadi seorang wirausaha (*entrepreneurial intention*).

Dalam penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Depilis dan Reardon (2007), dan Engle et al (2010), menyebutkan adanya hubungan antara *personal attitude* terhadap *entrepreneurial intention* pada mahasiswa di USA dan Irlandia. Penelitian serupa juga dilakukan oleh Ferreira et al. (2012), menunjukkan adanya hasil penelitian bahwa faktor kepercayaan diri, kebutuhan untuk berhasil melakukan pencapaian (*achievement*), dan *personal attitude* memiliki dampak yang positif pada *entrepreneurial intention*, sehingga dalam penelitian ini menggunakan hipotesis pertama yang adalah:

H1: Personal Attitude memiliki pengaruh positif terhadap *Entrepreneurial Intention*

Subjective norm didefinisikan sebagai persepsi seseorang mengenai pemikiran orang lain (orang – orang yang dianggap penting dan berpengaruh) dalam hal melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku (Fishbein & Ajzen, 2010). Banyaknya pendapat dan dukungan dari sebuah kelompok atau individu dapat mempengaruhi keinginan seseorang untuk menjadi seorang wirausahawan (Joensuu, Viljamaa, Varamaki, & Tornikoski, 2013). Pendapat orang tua, teman dekat, dan orang yang dianggap penting menjadi pertimbangan ketika seseorang sedang dalam proses pencarian karir. Penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya yang meneliti mengenai peran *subjective norm* dalam *entrepreneurial intention* membuktikan bahwa terdapat hasil dimana sebagian menyatakan bahwa *subjective norm* berpengaruh terhadap *entrepreneurial intention*.

Penelitian yang dilakukan oleh Engle et al (2010) di 12 negara dengan mengembangkan *Theory of Planned Behavior* oleh Ajzen menunjukkan bahwa norma subjektif merupakan indikator yang paling kuat dalam mempengaruhi niat seseorang untuk menjadi wirausahawan. Penelitian lain yang membuktikan bahwa *subjective norm* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *entrepreneurial intention* adalah penelitian Basu dan Virick (2009) dan penelitian Solesvik (2013) yang membuktikan hal yang sama. Berdasarkan penjelasan diatas, maka dirumuskan hipotesis untuk penelitian ini sebagai berikut:

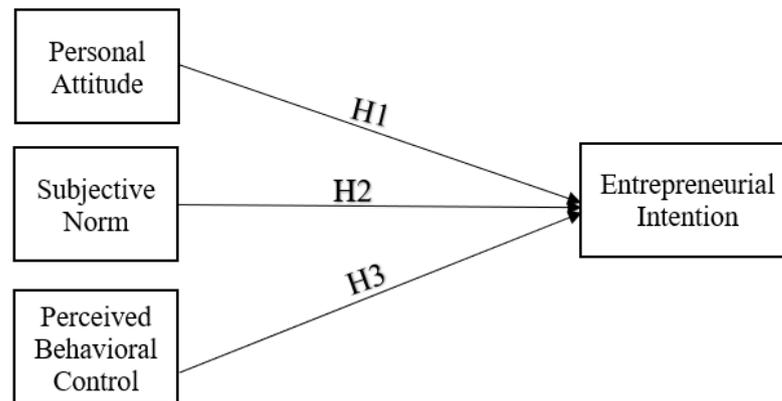
H2: Subjective Norm memiliki pengaruh positif terhadap *Entrepreneurial Intention*.

Perceived behavioral control (PBC) didefinisikan sebagai perasaan bisa atau mampu yang dimiliki seseorang dalam melakukan suatu perilaku yang didasarkan pengetahuan seseorang yang didapatkan melalui pengalaman dan penilaian (Byabashaija & Katono, 2011). Banyak yang penelitian yang meneliti mengenai pengaruh *perceived behavioral control* terhadap *entrepreneurial intention*, dimana membuktikan bahwa *perceived behavioral control* berpengaruh terhadap *entrepreneurial intention*. Dalam penelitian Solesvik et. al (2012) membuktikan bahwa PBC lebih mempengaruhi niat jika dibandingkan dengan *personal attitude* dan *subjective norm*. Semakin besar PBC maka niat yang terbentuk akan semakin besar, dapat dikatakan bahwa PBC berpengaruh terhadap *entrepreneurial intention*.

Penelitian yang dilakukan oleh Byabashaija dan Katono (2011) membuktikan bahwa terdapat pengaruh signifikan *perceived behavioral control* (PBC) terhadap *entrepreneurial intention* di kalangan mahasiswa yang mendapatkan pendidikan kewirausahaan. Disamping itu, penelitian Solesvik et. al (2012) menjelaskan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi niat mahasiswa/i Ukraina untuk menjadi seorang wirausahawan adalah *perceived behavioral control*. Berdasarkan penjelasan diatas, maka dirumuskan hipotesis untuk penelitian ini sebagai berikut:

H3: Perceived Behavioral Control memiliki pengaruh positif terhadap *Entrepreneurial Intention*.

Model penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah model dari sebuah penelitian yang sebelumnya sudah dilakukan oleh (Linan & Chen, 2009). Model penelitian yang ada dalam penelitian ini memiliki empat variabel yaitu; *Personal Attitude*, *Subjective Norm*, *Perceived Behavioral Intention*.



Gambar 1. Model Penelitian

Sumber: (Linan & Chen, 2009)

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan menggunakan metode survei untuk mengumpulkan data. Unit analisis yang digunakan adalah unit analisis individual yang dibagikan secara perorangan. Penelitian ini memperoleh data dari respon perorangan melalui kuesioner dengan skala Likert (1=Sangat Tidak Setuju, 2=Setuju, 3=Netral, 4=Setuju, 5=Sangat Setuju) yang disebarikan secara acak kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi (Bisnis) di Universitas A, Universitas B, dan Universitas C untuk melihat niat mahasiswa/i ketiga universitas untuk menjadi seorang wirausaha dengan jumlah responden sebanyak 200 orang dari sekitar 50 ribu jumlah mahasiswa yang ada di ketiga perguruan tinggi tersebut dan diolah dengan menggunakan SEM PLS.

Penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan sampel kuota. Alasan digunakannya desain sampel non-probabilitas adalah karena sampel yang digunakan dalam penelitian ini tidak diambil secara acak, melainkan dengan kriteria yang telah ditentukan. Jenis sampel non-probabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampel kuota, karena jumlah besarnya sampel yang ingin diambil dan kriteria dari sampel telah ditetapkan sejak awal penelitian dimulai (Sekaran & Bougie, 2016). Sesuai *rule of thumb* untuk jumlah responden didapat dengan mengalikan jumlah indikator, 17 indikator, dengan 5, sehingga minimal responden yang dikumpulkan sebanyak 85 responden. Ukuran sampel yang telah ditentukan dalam penelitian ini berjumlah 200 mahasiswa/i yang berasal dari tiga universitas yaitu Universitas Pelita Harapan, Universitas Prasetya Mulya, dan Swiss German University.

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil Responden

Penelitian ini mengambil jumlah sampel dengan kuota sebanyak 200 responden yang berlatar belakang sedang menjalankan program studi dari fakultas ekonomi di Universitas A, Universitas B, dan Universitas C. Profil responden yang ada dalam penelitian ini terbagi menjadi dua kategori yaitu; usia dan universitas responden.

Tabel 2. Hasil Responden berdasarkan Usia

Profil Responden Berdasarkan Usia	Frekuensi	Persentase
17 – 20 tahun	72	36%
21 – 25 tahun	128	64%
Total	200	100%

Sumber: Hasil olahan data, 2019

Berdasarkan Tabel 2 diatas, dapat dilihat bahwa dalam penelitian ini, profil responden yang berusia 17 sampai dengan 20 tahun berjumlah 72 orang mahasiswa/i (36%), dan yang berusia 21 sampai dengan 25 tahun berjumlah 128 orang mahasiswa/i (64%), dapat dilihat bahwa jumlah responden yang berusia 21 sampai dengan 25 tahun berjumlah lebih banyak dibandingkan dengan jumlah responden yang berusia 17 sampai dengan 20 tahun.

Profil responden yang kedua dalam penelitian ini adalah berdasarkan universitas responden. Dalam penelitian ini, kami membagikan kuesioner kepada mahasiswa/i yang sedang menjalankan program studi dari fakultas ekonomi. Pembagian kelompok universitas mahasiswa/i dibagi menjadi tiga yaitu di Universitas A, Universitas B, dan Universitas C. Berikut adalah hasil profil responden berdasarkan universitas responden yang terlampir pada Tabel 3.

Tabel 3 Hasil Profil Responden Berdasarkan Universitas Responden

Profil Responden Berdasarkan Universitas Responden	Frekuensi	Persentase
Universitas A	120	60%
Universitas B	39	19.5%
Universitas C	41	20.5%
Total	200	100%

Sumber: Hasil olahan data, 2019

Berdasarkan Tabel 3 di atas, dapat dilihat bahwa dalam penelitian ini profil responden yang menjalankan program studi dari fakultas ekonomi di Universitas A berjumlah 120 mahasiswa/i (60%), Universitas B berjumlah 39 mahasiswa/i (19.5%), dan Universitas C berjumlah 41 mahasiswa/i (20.5%), dapat dilihat bahwa jumlah responden yang menjalankan program studi dari fakultas ekonomi di Universitas A berjumlah lebih banyak dibandingkan dengan jumlah responden yang menjalankan program studi dari fakultas ekonomi di Universitas B dan Universitas C.

Dari 3 universitas yang menjadi objek penelitian pada penelitian ini, terdapat 10 orang yang ditanyakan secara langsung mengenai usaha yang dimiliki untuk melihat minat wirausaha yang dimiliki oleh masing – masing mahasiswa/i dari Fakultas Ekonomi di Universitas A, Universitas C, dan Universitas B. Urutan pertama yang memiliki minat kewirausahaan dalam hal ini memiliki bisnis adalah Universitas B dengan hasil 70% dari orang yang ditanyakan memiliki bisnis sehingga dengan kata lain juga memiliki minat dalam kewirausahaan, yang selanjutnya diikuti oleh Universitas A dan Universitas C dengan hasil 60% orang memiliki bisnis.

Dari hasil ini dapat disimpulkan bahwa Universitas B dapat berada di peringkat pertama karena sejak awal menjadi mahasiswa/i, mereka telah dipersiapkan untuk mengikuti *event Market Museum* yang menjadi acara tahunan dimana mahasiswa/i diharuskan untuk membuka bisnis pada *booth* yang tersedia selama *event* tersebut berlangsung. Disamping itu, Universitas B juga mengharuskan mahasiswa/i dari konsentrasi bisnis manajemen untuk membuat tugas akhir berupa *Business Report*.

Universitas A yang menempati posisi kedua, memiliki mahasiswa/i dengan konsentrasi *Entrepreneur* yang dibiasakan untuk membuat bisnis dalam pelajaran “Pengembangan Usaha Baru” yang kemudian dilanjutkan dengan pelajaran “Manajemen Kewirausahaan” untuk merealisasikan bisnis yang telah dibuat ke tahap yang lebih kompleks (pembukuan, pemasaran, berhadapan langsung dengan konsumen, dll), sehingga mahasiswa/i dibiasakan dan menumbuhkan minat untuk berwirausaha.

Universitas C yang berada diposisi yang sama seperti UPH, memiliki program untuk mahasiswa/i semester 5 Fakultas Bisnis Manajemen untuk membuat bisnis dan beberapa diantaranya mengembangkan bisnis tersebut untuk menjadi bisnis pribadi.

4.2 Outer Model

Dalam penelitian ini, akan dilakukan evaluasi model penelitian *outer model* untuk melihat apakah hasil dari data *running* sudah lulus dari uji validitas dan uji reliabilitas seperti yang telah dilakukan pada *pre-test*. Dalam *outer model* menggunakan uji validitas konvergen (*loading factor* dan *Average Variance Extracted (AVE)*), uji validitas diskriminan dari nilai *cronbach's alpha*. Dalam penelitian ini, teknik analisa data yang digunakan adalah menggunakan *software Smart PLS (V.3.2.8)* dan *SPSS versi 25*.

4.2.1 Uji Validitas pada *Actual Model*

Setelah dilakukan uji validitas pada *pre-test* dengan menggunakan *loading factor*, maka hal yang sama juga dilakukan dalam pengujian validitas dari *actual test*.

a. Validitas Konvergen

Dalam pengujian validitas konvergen pada *actual test* ini, dilakukan pengujian yang sama seperti yang dilakukan pada pengujian validitas konvergen di *pre-test* dimana nilai dari setiap indikator dinilai valid atau tidak valid, berdasarkan pada (Gunawan & Sunardi, 2016) tingkat validitas dilihat dan diukur dengan membanding *R-table* dan *r* hitung. Jika *R* hitung > *R-table*, maka dinyatakan *valid*. Pada penelitian ini, nilai *loading factor* berdasarkan pada jumlah responden 170 dan jika dilihat pada *R-table* menunjukkan nilai sebesar 0.126 dan *AVE* memiliki standar yakni 0.50. Berikut adalah tabel 4. yang menunjukkan hasil uji validitas konvergen pada *actual test*.

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Konvergen pada *Actual Test*

Variabel	Indikator	<i>Loading Factor</i>	<i>R - table</i>	<i>AVE</i>	Hasil
<i>Personal Attitude</i>	PA1	0.678	0.126	0.649	Valid
	PA2	0.692			Valid
	PA3	0.696			Valid
	PA4	0.706			Valid
<i>Subjective Norm</i>	SN1	0.617	0.126	0.662	Valid
	SN2	0.348			Valid
	SN3	0.601			Valid
	SN4	0.460			Valid
<i>Perceived Behavioral Control</i>	PBC1	0.689	0.126	0.506	Valid
	PBC2	0.584			Valid
	PBC3	0.632			Valid
	PBC4	0.610			Valid
	PBC5	0.601			Valid
<i>Entrepreneurial Intention</i>	EI1	0.717	0.126	0.717	Valid
	EI2	0.722			Valid
	EI3	0.742			Valid
	EI4	0.678			Valid

Sumber: Hasil olahan data, 2019

Dari tabel 4 dapat dilihat bahwa seluruh indikator dinyatakan valid karena memiliki nilai *loading factor* diatas 0.126 dan AVE diatas 0.50.

b. Validitas Diskriminan

Pengujian validitas diskriminan pada *pre-test* dilakukan dengan cara yang sama pada *actual test*, dengan melihat nilai akar AVE dari antar indikator. Seperti yang terlihat pada tabel 3 di bawah menunjukkan nilai dari akar AVE yang berasal dari antar indikator, seluruh variabel dapat dinyatakan valid karena nilai akar AVE dari garis teratas memiliki nilai yang lebih tinggi diantara nilai konstruk lainnya sepanjang garis diagonal yang terdiri atas 0.806, 0.814, 0.750, dan 0.846.

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Diskriminan pada Actual Test

	PA	SN	PBC	EI
PA	0.806			
SN	0.434	0.814		
PBC	0.375	0.262	0.750	
EI	0.721	0.469	0.612	0.846

Sumber: Hasil olahan data, 2019

4.2.1 Uji Reliabilitas pada Actual Model

Model penelitian dapat dikatakan *reliable* ketika nilai *Cronbach's Alpha* menunjukkan angka diatas 0,70 (Sekaran & Bougie, 2016). Berikut merupakan Tabel 6 yang menggambarkan hasil uji reliabilitas pada *actual test*.

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas dalam Actual Test

No.	Variabel	Cronbach's Alpha	Hasil
1.	Personal Attitude (PA)	0.816	Reliable
2.	Subjective Norm (SN)	0.702	Reliable
3.	Perceived Behavioral Control (PBC)	0.822	Reliable
4.	Entrepreneurial Intention (EI)	0.844	Reliable

Sumber: Hasil olahan data, 2019

Tabel 6. menunjukkan bahwa *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,70 yang berarti variabel – variabel dalam penelitian ini dapat dinyatakan *reliable*.

4.3 Inner Model

Dalam pengujian pada *inner model* atau *structural model*, dilakukan evaluasi dengan cara melakukan pengujian terhadap *R-Squared* (R^2) dari model penelitian. Nilai *R-Squared* (R^2) berkisaran antara 0 sampai dengan 1. Nilai *R-Squared* (R^2) bertujuan untuk melihat kemampuan dari variabel independent dari suatu model penelitian dalam menjelaskan varians yang dari variabel terikat (Ghozali, 2009). Nilai *R-Squared* (R^2) terbilang kuat apabila mencapai 0.67, lalu terbilang moderat apabila 0.33, dan terbilang lemah apabila 0.19 (Ghozali, 2011). Berikut adalah hasil *R-Squared* (R^2) dari model penelitian yang terlampir pada Tabel 7.

Tabel 7. Nilai R-Squared (R^2) dari 3 Variabel Independent terhadap Variabel Dependent

Variabel	R-Squared (R^2)
Personal Attitude (X1)	0

Subjective Norm (X2)	0
Perceived Behavioral Control (X3)	0
Entrepreneurial Intention (Y)	0.590

Sumber: Hasil olahan data, 2019

Berdasarkan pada hasil tabel 7, variabel *Entrepreneurial Intention* memiliki nilai R^2 sebesar 0.590 yang berarti bahwa 59% variasi – variasi yang ada dapat dijelaskan oleh variabel *Personal Attitude*, *Subjective Norm*, dan *Perceived Behavioral Control* sedangkan sisanya sebesar 41% dijelaskan oleh variabel lain diluar variabel yang digunakan dalam penelitian, nilai R^2 termasuk dalam kategori moderat karena mencapai 59%.

Tabel 8. Nilai R-Squared (R^2) dari masing - masing Variabel Independent

Variabel	R-Squared (R^2)
Personal Attitude (X1)	0.529
Subjective Norm (X2)	0.211
Perceived Behavioral Control (X3)	0.369

Sumber: Hasil olahan data, 2019

Berdasarkan pada Tabel 8, menunjukkan bagaimana terdapat peringkat dari masing – masing variabel *independent* yang memiliki kemampuan paling tinggi sampai paling rendah dalam menjelaskan *Entrepreneurial Intention*, yang dimulai dari *Personal Attitude* dengan R^2 sebesar 0.529 dan peringkat kedua ialah *Perceived Behavioral Control* dengan R^2 sebesar 0.369 dan peringkat ketiga ialah *Subjective Norm* dengan R^2 sebesar 0.211.

Dalam menguji hipotesis, hal yang diperhatikan adalah nilai T-Statistik dan P-Value. T-Statistik terbagi atas dua jenis yaitu *one-tailed* (nilai T-Statistik lebih besar dari 1.65) dan *two-tailed* (nilai T-Statistik lebih besar dari 1.96). Penelitian ini menggunakan T-Statistik *one-tailed*, di mana syarat untuk nilai T-Statistik harus lebih besar daripada 1.65. Syarat untuk nilai *Probability Value* (P-Value) adalah kurang dari 0.05 atau 5%. Berikut merupakan Tabel 9. hasil uji hipotesis pada penelitian ini:

Tabel 9. Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Variabel	Original Sample	Standard Deviation	T-Statistik	P-Value	Hasil
H1	PA → EI	0.515	0.052	9.997	0.000	Diterima
H2	SN → EI	0.146	0.054	2.704	0.004	Diterima
H3	PBC → EI	0.381	0.051	7.516	0.000	Diterima

Sumber: Hasil olahan data, 2019

Dari tabel pengujian hipotesis diatas, dapat disimpulkan hipotesis dalam penelitian ini Hipotesis 1 menyatakan bahwa “*Personal Attitude* memiliki pengaruh positif terhadap *Entrepreneurial Intention*”, dimana hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa T – Statistik bernilai 9.997 yang mana hasil dapat dikatakan lebih besar dari syarat T – Statistik (1.65) dan P-Value bernilai 0.000 yang mana lebih kecil dari 0.05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 1 dalam penelitian ini diterima. Hipotesis 2 menyatakan bahwa “*Subjective Norm* memiliki pengaruh positif terhadap *Entrepreneurial Intention*”, dimana hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa T – Statistik bernilai 2.704 yang mana hasil dapat dikatakan lebih besar dari syarat T – Statistik (1.65) dan memiliki P-Value bernilai 0.004 yang mana lebih kecil dari 0.05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 2 dalam penelitian ini diterima. Yang terakhir, hipotesis 3 menyatakan bahwa “*Perceived Behavioral Control* memiliki pengaruh positif terhadap *Entrepreneurial Intention*”, dimana hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa T

– Statistik bernilai 7.516 yang mana hasil dapat dikatakan lebih besar dari syarat T – Statistik (1.65) dan memiliki P-Value bernilai 0.000 yang mana lebih kecil dari 0.05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 3 dalam penelitian ini diterima.

5. KESIMPULAN, SARAN DAN IMPLIKASI MANAJERIAL

5.1 Kesimpulan

Pertumbuhan pelaku usaha muda yang cukup signifikan di dunia usaha membuat pemerintah dan perguruan tinggi cukup bangga karena hal ini sesuai dengan program pemerintah yang ingin menciptakan pelaku usaha dengan jumlah yang besar di Indonesia. Perguruan tinggi sebagai penyedia program wirausaha bagi mahasiswa melihat ini sebagai keberhasilan program. Namun dalam perjalanannya pertumbuhan pelaku usaha muda ini diikuti pula dengan banyaknya pelaku usaha muda yang gagal menjalankan dan mempertahankan usaha mereka hingga di waktu yang lebih lama. Hal ini menciptakan pertanyaan di kalangan perguruan tinggi yang sudah menjalankan program kewirausahaan bagi mahasiswanya. Selama berada di kampus, keinginan mahasiswa untuk mengikuti program kewirausahaan dengan membuat usaha cukup besar, bahkan dapat mencapai angka 60%-70% dari jumlah mahasiswa. Ketika sudah selesai perkuliahan, jumlah tersebut menurun cukup drastis hingga mencapai angka 27%. Belum lagi dengan kegagalan yang dialami oleh pelaku usaha. Ini menunjukkan bahwa keinginan yang cukup besar yang dirasakan oleh mahasiswa ketika berada di bangku kuliah tidak bertahan hingga ketika mereka selesai kuliah dan kembali ke masyarakat. Keinginan yang besar menjadi wirausaha ketika berada di kampus, didukung oleh kondisi dan lingkungan kampus dimana pada saat itu mahasiswa dituntut untuk mengerjakan tugas yang berkaitan dengan wirausaha. Hal ini menunjukkan cukup besarnya pengaruh *personal attitude* dan *perceived behavioral control* yang didapat mahasiswa ketika berada di kampus. Dengan begitu banyaknya tugas dan tuntutan kampus kepada mahasiswa untuk membuat proyek kewirausahaan serta dukungan kampus dan lingkungan seperti teman-teman, menciptakan ekosistem yang berpengaruh besar bagi keinginan mahasiswa untuk mencoba memulai usaha baru. Hasil penelitian ini menunjukkan hubungan yang cukup kuat antara *personal attitude*, *subjective norm*, dan *perceived behavioral control* di dalam diri mahasiswa pada lingkungan kampus terhadap *entrepreneurial intention* mahasiswa.

5.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap tiga universitas swasta di Tangerang, dapat disampaikan bahwa minat wirausaha dapat diperoleh dan dikembangkan oleh semua orang terlebih mahasiswa yang mendapatkan pelajaran kewirausahaan serta dibimbing oleh dosen yang ahli dibidangnya. Jumlah mahasiswa yang ingin menjalankan usahanya cukup besar dibandingkan jumlah mahasiswa secara keseluruhan. Namun pertumbuhan jumlah wirausaha yang tumbuh dari kampus ternyata masih sangat kecil dibandingkan ketika mahasiswa sudah menyelesaikan perkuliahan dan kembali ke masyarakat. Hal ini menjadi perhatian pihak universitas yang berkeinginan untuk dapat menambah jumlah pelaku usaha dari kalangan mahasiswa. Untuk itu diharapkan perguruan tinggi yang memiliki pelajaran kewirausahaan tidak hanya menyampaikan materi tentang kewirausahaan namun juga mengembangkannya kepada penciptaan lingkungan yang membuat mahasiswa tetap berkeinginan besar menjadi wirausaha. Misalnya dengan membuat unit kewirausahaan yang mendukung mahasiswa maupun alumni sebagai fasilitas untuk tetap membakar semangat mereka membangun usaha serta menyediakan pelatihan-pelatihan yang dibutuhkan dalam membangun usaha. Unit ini diharapkan dapat berkembang menjadi incubator wirausaha yang ada di setiap universitas di Indonesia. Selain itu unit kewirausahaan ini juga dapat menjadi fasilitator kepada akses pendanaan yang dibutuhkan untuk

pengembangan usaha yang sedang dirintis oleh mahasiswa maupun alumni. Dengan demikian, kepercayaan diri mahasiswa maupun alumni untuk membuka usaha tetap terjaga dan dapat menimbulkan semangat kewirausahaan yang lebih besar di lingkungan universitas.

5.3 Saran

Keinginan mahasiswa untuk menjadi seorang wirausaha sangat dipengaruhi oleh pengalaman dan mata kuliah yang diambil ketika kuliah. Kondisi ini tentunya tidak terbatas oleh variabel yang sudah diteliti pada penelitian ini saja. Pengaruh keluarga, budaya, dan gender juga dapat diteliti terutama dilihat sebagai moderator. Keinginan mahasiswa untuk menjadi wirausaha yang berasal dari keluarga yang berhasil dalam usahanya tentu akan memperkuat tekadnya untuk mencoba usaha. Lain halnya dengan mahasiswa yang berasal dari keluarga yang gagal dalam berwirausaha. Hal ini dapat dijadikan variabel dalam penelitian selanjutnya.

6. REFERENSI

- Ahmadi, A. (2009). *Psikologi Sosial*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Ajzen, I. (2012). *The Theory of Planned Behavior (Handbook of Theories of Social Psychology)*. London, UK: Sage.
- Al Rafisqy, Z. G. (2017, Oktober 11). *Skala Pengukuran dalam Ilmu Statistik Lengkap Contoh*. Retrieved from Ekspektasia: <https://ekspektasia.com/skala-pengukuran/>
- Alma, B. (2013). *Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Azwar, S. (2013). *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya (Edisi ke-2)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Baporikar, N. (2015). *Handbook of Research on Entrepreneurship in the Contemporary Knowledge-Based Global Economy*. India: IGI Global.
- Basu, A., & Virick, M. (2009). Assessing Entrepreneurial Intentions Amongst Students: A Comparative Study. *Peer Reviewed Papers*.
- Bungin, H. B. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Edisi Kedua*. Jakarta: Kencana.
- Bungin, H. B. (2010). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-ilmu Sosial lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Byabashaija, W., Katono, I., & Isabalija, R. (2011). The Impact of College Entrepreneurial Education on Entrepreneurial Attitudes and Intention to Start a Business in Uganda. *Journal of Development Entrepreneurship*, 8.
- Bygrave, W., Zacharakis, A., & Corbett, A. (2017). *Entrepreneurship*. Hoboken, New Jersey: Wiley.
- Daryanto. (2012). *Pendidikan Kewirausahaan*. Yogyakarta: Gava Media.
- Engle, R., Dimitriadi, N., Gavidia, J., Schlaegel, C., Delanoe, S., & Alvarado, I. (2010). Entrepreneurial Intent a Twelve-country Evaluation of Ajzen's Model of Planned Behavior. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 16, 35-57.
- Fahmi, I. (2014). *Kewirausahaan Teori, Kasus dan Solusi*. Bandung: Alfabeta.
- Ferreira, J. J., Raposo, M. L., & Rodrigues, R. G. (2012). A Model of entrepreneurial Intention. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 424.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (2010). *Predicting and Changing Behavior: The Reasoned Action Approach*. New York: Psychology Press (Taylor & Francis).
- Fornell, C., & Larcker, D. (1981). Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error. *Journal of Marketing Research*, 18, 39-50.

- Gerungan, D. W. (2012). *Psikologi Sosial*. Bandung: Refika Aditama.
- Ghozali, I. (2009). *Ekonometrika - Teori, Konsep dan Aplikasi dengan SPSS 17*. Badan Penerbit Diponegoro.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 20 (Edisi 6)*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate IBM SPSS 23 Edisi 8*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares : Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan SmartPLS 3.0*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gunawan, A. A., & Sunardi, H. (2016). Pengaruh Kompensasi dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Gesit Nusa Tangguh. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis, Vol 16 No. 1*, 3.
- Haus, I., Steinmetz, H., Isidor, R., & Kabst, R. (2013). Gender Effects on Entrepreneurial Intention: A Meta-analytical Structural Equation Model. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 130-156.
- Hisrich, R. (2008). *Entrepreneurship* (7th Edition ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Huda, N. (2012). The Analysis of Attitudes, Subjective Norms, and Behavioral Control on Muzakki's Intention to Pay Zakah. *International Journal of Business and Social Science*, 271-279.
- Iakovleva, T., Kolvereid, L., & Stephan, U. (2011). Entrepreneurial Intentions in Developing and Developed Countries. *Education + Training*, 53, 353-370.
- Joensuu, S., Viljamaa, A., Varamaki, E., & Tornikoski, E. (2013). Development of Entrepreneurial Intention In Higher Education and The Effect of Gender – A Latent Growth Curve Analysis. *Education + Training*, 55, 781-803.
- Kasiram, M. (2010). *Metodologi Penelitian*. Pamekasan: Uin Maliki Press.
- Kuncoro, M. (2009). *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- LaMorte, W. W. (2019, September 9). *The Theory of Planned Behavior*. Retrieved from Behavioral Change Models: <http://sphweb.bumc.bu.edu/otlt/MPH-Modules/SB/BehavioralChangeTheories/BehavioralChangeTheories3.html>
- Linan, F., & Chen, Y.-W. (2009). Development and Cross-Cultural Application of a Specific Instrument to Measure Entrepreneurial Intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 20-21.
- Maharani, S. (2016, January 28). *Bisnis UKM Online Tumbuh 10 Kali Lipat*. Retrieved from Tempo.co: <https://bisnis.tempo.co/read/740354/bisnis-ukm-online-tumbuh-10-kali-lipat/full&view=ok>
- Morissan, M. A. (2014). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Kencana.
- Nugroho, A., Masduqi, A., & Otok, W. (2014). Aplikasi Partial Least Square Structural Equation Modelling untuk Menilai Faktor Pencemaran Air Kali Surabaya. *ResearchGate*, 139.
- Patiro, S. P., & Budiyaniti, H. (2016). The Theory of Planned Behavior, Past Behavior, Situational Factors and Self - Identity Factors Drive Indonesian Entrepreneurs To Be Indebtedness. *DeRema (Development Research of Management)*, 48.
- Pramesti, I. A. (2019, February 6). *Ekonomi Indonesia 2018 Capai Rp 14.837,4 T, Ini Komposisinya*. Retrieved from CNBC Indonesia: <https://www.cnbcindonesia.com/market/20190206140257-17-54058/ekonomi-indonesia-2018-capai-rp-148374-t-ini-komposisinya>
- Riduwan. (2010). *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

- Rizkiyani, A. H. (2015, Juni 24). *Skala Likert sebagai Teknik Evaluasi*. Retrieved from Kompasiana:
<https://www.kompasiana.com/alifianahr/55283fcdf17e6111318b45a7/skala-likert-sebagai-teknik-evaluasi>
- Santoso. (2009). Lingkungan Tempat Tinggal Menentukan Minat Berwirausaha. *UMS*, 11.
- Sarwono, S. W. (2017). *Pengantar Psikologi Umum*. Jakarta: Rajawali Press.
- Sarwono, W. S., & Meinarno, E. A. (2009). *Psikologi Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business (A Skill - Building Approach) - Seventh Edition*. New York: Wiley.
- Silalahi, U. (2010). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Refika Aditama.
- Singarimbun, M., & Effendi, S. (2008). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.
- Siregar, S. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Slamet, F. (2014). *Dasar-dasar Kewirausahaan: Teori dan Praktik*. Jakarta: Indeks.
- Solesvik, M., Westhead, P., Kolvereid, L., & Matlay, H. (2012). Student Intentions to Become Self-employed: The Ukrainian Context. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 19, 441-460.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukardi. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan: Kompetensi dan Praktiknya*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Suryana, Y., & Bayu, K. (2011). *Kewirausahaan Pendekatan Karakteristik Wirausaha Sukses*. Jakarta: Kencana.
- Swarjana, I. K. (2015). *Metodologi Penelitian Kesehatan (Edisi Revisi)*. Yogyakarta: Andi.
- Syukri, M., & Hinaya. (2019). Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi, Pendapatan Asli Daerah, Dana Alokasi Umum dan Dana Alokasi Khusus Terhadap Anggaran Belanja Modal Kabupaten & Kota Provinsi Sulawesi Selatan. *JEMMA (Journal of Economic, Management and Accounting Vol 2 No.2* , 35.
- Usman, H. (2015). *Pengantar Statistik*. Jakarta: Bumi Aksara.

7. LAMPIRAN

Variabel	Definisi Konseptual	Definisi Operasional	Sumber
<i>Personal Attitude</i>	<i>Personal attitude</i> merujuk kepada bagaimana orang menanggapi suatu keadaan yang disukainya ataupun sebaliknya (LaMorte, 2019).	<ol style="list-style-type: none"> Menjadi seorang wirausaha memberikan lebih banyak keuntungan dibandingkan kerugian kepada saya. Saya ingin membuat sebuah perusahaan, jika saya memiliki kesempatan serta sumber daya yang memadai. Menjadi seorang wirausaha membawakan kepuasan yang besar dalam diri saya. Dari seluruh pilihan profesi yang ada, saya lebih memilih untuk menjadi seorang wirausaha. 	(Linan & Chen, 2009)
<i>Subjective Norm</i>	<i>Subjective norm</i> merujuk kepada persetujuan yang diambil terhadap sikap yang mereka sukai ataupun sebaliknya. Hal ini terkait	<ol style="list-style-type: none"> Orang Tua Saudara (Kandung/Sepupu) Teman Dosen 	(Linan & Chen, 2009)

Variabel	Definisi Konseptual	Definisi Operasional	Sumber
	dengan keyakinan bahwa orang lain mendorong atau menghambat untuk melaksanakan perilaku). Seorang individu akan cenderung melakukan perilaku jika termotivasi oleh orang lain yang menyetujuinya untuk melakukan perilaku tersebut. (LaMorte, 2019)		
<i>Perceived Behavioural Control</i>	<i>Perceived Behavioral Control (PBC)</i> merujuk kepada persepsi seseorang akan kemudahan atau kesulitan dalam melakukan suatu perilaku (LaMorte, 2019).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya siap untuk membuat sebuah perusahaan yang layak untuk dijalankan 2. Saya dapat memahami setiap proses dalam pembuatan perusahaan baru. 3. Saya tahu details yang diperlukan untuk memulai sebuah perusahaan. 4. Saya mengerti cara untuk mengembangkan usaha dalam kewirausahaan 5. Saya akan memiliki kemungkinan yang besar untuk berhasil, jika saya mencoba untuk membuat sebuah perusahaan. 	(Linan & Chen, 2009)
<i>Entrepreneurial Intention</i>	<i>Entrepreneurial Intention</i> merujuk pada posisi seseorang untuk memilik bisnis atau menjadi wiraswasta (<i>self-employed</i>). (Baporikar, 2015)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya siap untuk melakukan segala hal yang mendukung saya untuk menjadi seorang wirausaha. 2. Tujuan utama saya adalah menjadi seorang wirausaha. 3. Saya akan berupaya untuk menjalankan perusahaan saya sendiri. 4. Saya bertekad untuk membuat sebuah perusahaan di masa yang mendatang. 	(Linan & Chen, 2009)