

ATTITUDE, SUBJECTIVE NORM, DAN SELF EFFICACY TERHADAP NIAT BERWIRUSAHA PADA MAHASISWA GENERASI Z

Muhammad Hilmi Kurniawan

Muhammadhilmi2109@gmail.com

Okto Aditya Suryawirawan

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA) SURABAYA

ABSTRACT

This research aimed to examine the factors affecting the entrepreneurial intention of students of the Z generation. The independent variables were attitude, subjective norm, and self-efficacy. The research was quantitative. Furthermore, the population was students of the Z generation. The data collection technique used a non-probability sampling and Rao Purba formula to calculate the sample from the unlimited population. In line with that, the instrument in the data collection technique was a questionnaire. The questionnaires were distributed to 98 respondents as the sample. Moreover, the data analysis technique used multiple linear regression with the application of SPSS 29. Additionally, based on the results of the classical assumption test, no deviant variables were found. The result showed that attitude had a positive and significant effect on entrepreneurial intentions. Likewise, self-efficacy had a positive and significant effect on entrepreneurial intentions. Additionally, subjective norms had a positive but insignificant effect on entrepreneurial intentions.

Keywords: Attitude, Subjective Norm, Self-Efficacy, Entrepreneurial Intentions

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji faktor – faktor yang dapat mempengaruhi Niat Berwirausaha pada Mahasiswa Generasi Z. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Attitude*, *Subjective Norm*, dan *Self-efficacy*. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa generasi Z. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *non probability sampling* dan rumus yang digunakan untuk menghitung sampel dari populasi yang tidak terhingga jumlahnya ialah rumus Rao Purba. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dan terkumpul sampel sebanyak 98 responden. Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda (*Multiple Linear Regression*) dengan menggunakan aplikasi SPSS 29. Berdasarkan hasil uji asumsi klasik tidak ditemukan variabel yang menyimpang. Hasil penelitian ini ditunjukkan oleh hasil uji hipotesis atau uji t sebagai berikut, *Attitude* berpengaruh positif signifikan terhadap Niat Berwirausaha. *Self-efficacy* berpengaruh positif signifikan terhadap Niat Berwirausaha. *Subjective Norm* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Niat Berwirausaha.

Kata Kunci : *attitude*, *subjective norm*, *self-efficacy*, niat berwirausaha

PENDAHULUAN

Perhatian khusus dari pemerintah Indonesia terhadap kewirausahaan selama dua dekade terakhir menunjukkan peran pentingnya sebagai solusi untuk mengatasi keterbatasan lapangan kerja dan tingginya tingkat pengangguran setelah krisis ekonomi tahun 1998. Pada Agustus 2023, jumlah pengangguran mencapai 7,86 juta orang atau 5,32%, ini merupakan penurunan dibandingkan dengan survei pada Februari 2023 yang mencapai 5,45% (Badan Pusat Statistik, 2023). Sementara itu, jumlah wirausaha di Indonesia masih stabil di angka 3,47%, menandakan bahwa potensi kewirausahaan dalam mengurangi pengangguran tetap tinggi. Hal ini membuka peluang bagi Indonesia untuk maju sebagai negara dengan perekonomian besar di dunia melalui pengembangan sektor wirausaha. Untuk mencapai hal ini, perlu memberikan stimulus yang dapat menarik minat individu terhadap pendirian usaha, terutama dalam konteks negara berkembang seperti Indonesia. Kewirausahaan memiliki peran strategis dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat, menciptakan lapangan kerja baru, dan mendorong pertumbuhan ekonomi nasional melalui inovasi bisnis dan penciptaan usaha. Dalam era teknologi modern, kewirausahaan menjadi topik yang semakin relevan dan memainkan peran kunci dalam percepatan perkembangan ekonomi.

Mempersiapkan calon wirausahawan melibatkan lebih dari sekadar pendidikan dan pengetahuan. Kenyataannya, masih terdapat tingkat pengangguran terdidik yang tinggi. Ini menandakan bahwa faktor lain turut berperan dalam keberhasilan pengelolaan kewirausahaan, khususnya penggunaan infrastruktur digital seperti telekomunikasi. Pemanfaatan media sosial yang canggih menjadi alat efektif untuk mempromosikan produk dengan biaya yang terjangkau. Kemampuan digital menjadi kunci penting dalam meraih kesuksesan di platform virtual, seperti yang diungkapkan oleh Wang (2019) terkait pengusaha internet yang perlu memiliki budaya dan teknologi internet dalam upaya untuk mendirikan bisnis. Survei dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menunjukkan bahwa hampir semua wirausaha besar dan toko online di Indonesia menggunakan akses internet dalam operasional mereka. Faktanya, hampir semua individu memiliki akses yang mudah dan praktis ke internet melalui smartphone, mencapai 93,9% menurut survei perilaku pengguna internet 2018 yang dilakukan APJII pada tahun 2019. Selanjutnya pada 2023, survei yang dilakukan oleh APJII menunjukkan bahwa 78,19% dari populasi di Indonesia yang sebanyak 275,77 juta jiwa telah mengetahui tentang adanya kegiatan jual beli secara online pada periode 2022-2023. (APJII. 2023)

Ivanović-Đukić *et al.*, (2019) menyoroti pentingnya niat berwirausaha di kalangan mahasiswa sebagai subjek penting bagi para peneliti dan pembuat kebijakan. Kewirausahaan diakui sebagai pendorong pertumbuhan ekonomi, inovasi, dan penciptaan lapangan kerja. Niat menentukan kegiatan kewirausahaan. Individu tidak akan menjadi pengusaha secara tiba-tiba tanpa suatu pemicu, hal yang terpenting ialah adanya niat untuk berwirausaha.

Pengambilan keputusan untuk berwirausaha melibatkan unsur internal seperti kepribadian, persepsi, motivasi, dan pembelajaran (*attitude*), dan unsur eksternal seperti keluarga, teman, tetangga, dan lain sebagainya (*subjective norm*), serta mengukur kontrol keberlakuan yang dirasakan (*self efficacy*) (Tjahjono, 2008). Fatoki (2014) menyatakan bahwa pendidikan merupakan sumber dari sikap dan niat umum untuk menjadi wirausaha sukses di masa depan karena peran penting pendidikan kewirausahaan dalam menumbuhkan dan mengembangkan keinginan, semangat, dan perilaku wirausaha di kalangan generasi muda.

Faktor pertama yang dapat mempengaruhi niat berwirausaha ialah *attitude*. Menurut Yang (2013) individu yang menunjukkan sikap positif terhadap kewirausahaan memiliki kemungkinan lebih besar untuk menjadi seorang pengusaha, dan percaya bahwa berwirausaha tidak hanya sebagai metode untuk bertahan hidup, melainkan juga sebagai cara untuk mencapai aktualisasi diri. Sikap kewirausahaan dibentuk oleh atribut pribadi yang paling banyak diperoleh melalui faktor positif dan negatif individu serta lingkungan (Tomos, *et al.* 2019). Indikator sikap kewirausahaan menurut Kumalasari (2017) dapat diukur dengan menggunakan indikator; 1) tertarik dengan peluang usaha, 2) berfikir inovatif, pandangan positif mengenai kegagalan usaha, 3) dan suka menghadapi resiko dan tantangan.

Pada faktor *attitude* ini terdapat *gap research* dari penelitian-penelitian sebelumnya. Seperti pada penelitian yang dilakukan oleh Suryawirawan, *et al.* (2022) dan Adam, *et al.* (2020) menunjukkan bahwa sikap tidak berpengaruh signifikan terhadap niat berwirausaha. Suryawirawan (2020) bahkan menemukan bahwa *attitude* berpengaruh negatif terhadap niat berwirausaha. Namun, pada penelitian yang dilakukan oleh Suhermin *et al.* (2023), Tripalupi, *et al.* (2019) dan Simanihuruk (2020) menunjukkan bahwa *attitude* berpengaruh signifikan terhadap niat berwirausaha.

Subjective norm juga faktor yang dapat melatarbelakangi dalam niat berwirausaha. Santi, *et al.* (2017) menyatakan bahwa Norma subyektif memiliki kekuatan untuk mempengaruhi tujuan atau minat kewirausahaan seseorang yang bersumber dari luar, seperti teman, keluarga, dosen, atau pebisnis sukses. *Subjective norm* dapat diukur dengan menggunakan tiga indikator yaitu peran keluarga, peran teman, dan peran kolega/rekan (Tripalupi *et al.* 2019). Individu pada umumnya akan bertindak ketika dirinya merasakan bahwa orang-orang

penting seperti keluarga, kerabat serta teman dekat juga melakukan hal yang serupa (Rimadias dan Pratiwi 2017).

Terdapat *gap research* pada faktor *subjective norm* dari penelitian-penelitian sebelumnya. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Mawardi dan Baihaqi (2019) dan juga Syahrani dan Debiyani (2020) menunjukkan bahwa *subjective norm* tidak berpengaruh pada intensi atau niat berwirausaha. Namun, pada penelitian yang dilakukan oleh Suryawirawan (2020), Suryawirawan *et al.* (2021) dan Ekachandra dan Puspitowati (2022) menunjukkan bahwa *subjective norm* berpengaruh signifikan dan positif terhadap niat berwirausaha.

Keyakinan terhadap *self-efficacy* memiliki dampak signifikan pada tujuan dan prestasi yang mempengaruhi pilihan pribadi, motivasi, pola-pola reaksi emosional, serta mempengaruhi bagaimana tujuan berhasil dicapai dengan memengaruhi tingkat upaya seseorang dan menunjukkan dalam menghadapi hambatan (Fattah, 2017). Menurut Manutung (2019) *self-efficacy* antar individu berbeda berdasarkan tiga dimensi, yaitu dimensi tingkat (*level*), dimensi kekuatan (*strength*), dan dimensi generalisasi (*generality*). Seseorang dengan efikasi diri yang kuat akan menumbuhkan suasana kewirausahaan dalam bekerja dengan bersikap kreatif, proaktif, dan berani mengambil risiko (Suryawirawan dan Firmansyah, 2019).

Pada faktor *self-efficacy* juga terdapat *gap research* dari penelitian-penelitian sebelumnya. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Suryawirawan (2020), Prawira dan Hidayah (2021), Via dan Siswoyo (2023) menunjukkan bahwa *self-efficacy* tidak dapat mempengaruhi niat berwirausaha. Namun, pada penelitian yang dilakukan oleh Adam, *et al.* (2020), Wijaya dan Hidayah (2022) menunjukkan bahwa *self-efficacy* berpengaruh signifikan terhadap niat berwirausaha.

Dari uraian, penjelasan, dan *research gap* diatas, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah sikap (*attitude*), norma subjektif (*subjective-norm*), dan efikasi diri (*self-efficacy*) berpengaruh atau tidak berpengaruh terhadap niat berwirausaha pada generasi Z khususnya di Kota Surabaya. Maka dari itu, judul dari penelitian ini adalah "ATTITUDE, SUBJECTIVE NORM, DAN SELF-EFFICACY TERHADAP NIAT BERWIRAUSAHA PADA MAHASISWA GENERASI Z".

Kajian empiris yang dihasilkan memunculkan hasil yang kontroversi, sehingga dapat dirumuskan masalah, yaitu: (1) Apakah *attitude* berpengaruh terhadap niat berwirausaha pada mahasiswa generasi Z?, (2) Apakah *subjective norm* berpengaruh terhadap niat berwirausaha pada mahasiswa generasi Z?, (3) Apakah *self efficacy* berpengaruh terhadap niat berwirausaha pada mahasiswa generasi Z?. Penelitian ini bertujuan: (1) Untuk mengetahui dan menganalisis apakah *attitude* berpengaruh terhadap niat berwirausaha pada mahasiswa generasi Z, (2) Untuk mengetahui dan menganalisis apakah *subjective norm* berpengaruh terhadap niat berwirausaha pada mahasiswa generasi Z, (3) Untuk mengetahui dan menganalisis apakah *self efficacy* berpengaruh terhadap niat berwirausaha pada mahasiswa generasi Z.

TINJAUAN TEORITIS

Pada bagian tinjauan teoritis, penulis akan memberikan penjelasan dari masing-masing variabel penelitian. Dalam penelitian ini, terdapat beberapa variabel yang akan dibahas, yaitu *Attitude* (Sikap), *Subjective Norm* (Norma Subyektif), dan *Self-efficacy* (Efikasi Diri) terhadap Niat Berwirausaha.

Icek Ajzen, seorang psikolog sosial, telah menciptakan teori penting yang menjelaskan bagaimana sikap dan perilaku saling berkaitan. Sebuah teori yang dikenal dengan "teori perilaku terencana" (*Theory of Planned Behavior*) menjelaskan bagaimana suatu sikap mungkin tampak sebagai perilaku (Widyarani, 2009:159). Icek Ajzen pertama kali mencetuskan istilah "*Theory of Planned Behavior*" (TPB) dalam artikelnya tahun 1985 "*From intentions to actions : A Theory of Planned Behavior*". Landasan TPB mencakup berbagai teori sikap, termasuk teori

atribusi, teori konsistensi, teori nilai harapan, dan teori pembelajaran. *Theory of Reasoned Action* (TRA) dikembangkan lebih lanjut menjadi *Theory of Planned Behavior*, atau disingkat TPB. Teori perilaku terencana dalam psikologi menggambarkan bagaimana keyakinan dan tindakan saling berkaitan satu sama lain. (Manuntung, 2018:35)

Menurut Suryaman (2006) niat berwirausaha adalah kemampuan untuk berani dalam menghadapi tuntutan dan permasalahan hidup, mengembangkan perusahaan, atau memulai usaha baru dengan menggunakan keterampilan sendiri. Ramayah dan Harun (2005) dalam Primandaru (2017) menyatakan bahwa niat berwirausaha adalah kecenderungan keinginan seseorang untuk melakukan kegiatan wirausaha, seperti mengembangkan produk baru melalui peluang usaha dan mengambil risiko. Niat seseorang memainkan peran utama dalam menentukan tindakan kewirausahaannya. Tanpa penyebab tertentu, seseorang tidak bisa menjadi wirausaha secara tiba-tiba.

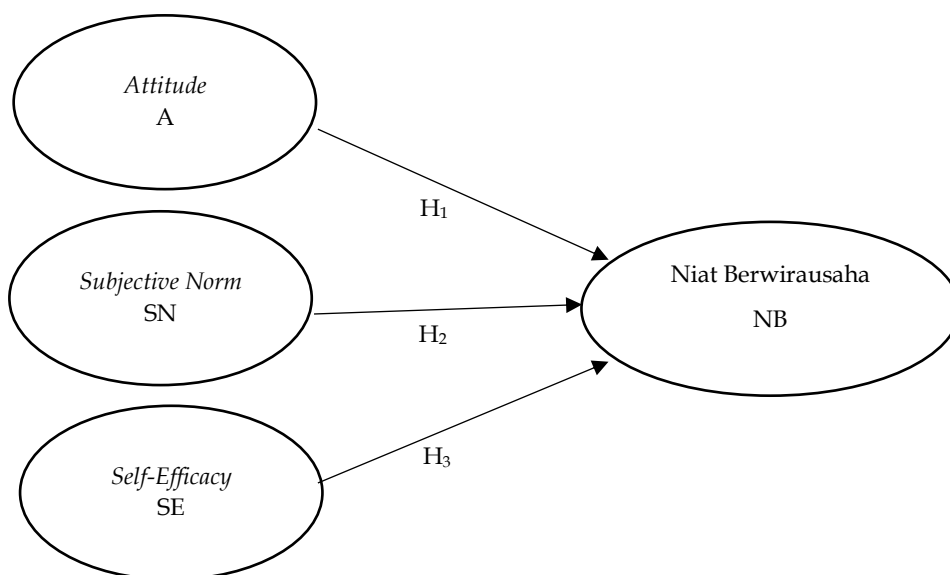
Simanihuruk (2020) menyatakan bahwa sikap seseorang yang diatur oleh pengalaman dan dapat dipengaruhi secara langsung maupun tidak langsung merupakan keadaan kesiapan mental dan emosionalnya dalam bereaksi terhadap suatu obyek. Secara umum, sikap mempunyai pengaruh yang besar terhadap perilaku. Robbins dan Judge (2016) menyatakan bahwa salah satu unsur yang mempengaruhi niat adalah pola pikir wirausaha yang merupakan komponen faktor pribadi. Sikap diyakini merupakan komponen terpenting dalam aplikasi bisnis mikro. Respon evaluatif yang dapat berbentuk positif maupun negatif dapat disebut sebagai sikap. Dalam sikap terkandung adanya preferensi atau rasa suka atau tidak suka terhadap sesuatu yang menjadi objek sikap (Azwar, 2016).

Prawira dan Hidayah (2021) mendefinisikan *subjective norm* sebagai pendapat seseorang mengenai suatu tindakan yang akan diambilnya, terlepas dari apakah orang lain setuju atau tidak dengan keputusannya. Norma subjektif adalah pengaruh sosial yang dapat mempengaruhi cara seseorang berperilaku (Nuryanto, *et al.*, 2020). Norma subyektif dibentuk oleh gagasan seseorang tentang perilaku apa yang bersifat normatif (apa yang diharapkan orang lain) dan dorongannya untuk berperilaku demikian (Azwar, 2016). Wedayanti dan Giantari (2016) mendefinisikan norma subyektif sebagai sudut pandang dari orang lain yang dianggap penting oleh seseorang yang menyarankan agar melakukan atau menghindari perilaku tertentu.

Salah satu karakteristik afektif seseorang yang paling penting dalam kehidupan sehari-hari adalah rasa efikasi diri (*self-efficacy*) (Adam, *et al.*, 2020). Dengan tumbuhnya rasa *self-efficacy* merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kemampuan seseorang dalam berhasil menghadapi tuntutan hidup. Menurut Marini, *et al.* (2014) *Self-efficacy* adalah sejauh mana seseorang merasa yakin akan kemampuannya untuk melakukan aktivitas atau tugas tertentu untuk mencapai suatu tujuan. Agar dapat berhasil dalam mencapai suatu tujuan, salah satu syarat yang harus dimiliki ialah rasa percaya diri dan keyakinan yang kuat. Menurut Ghufron dan Risnawati (2014) salah satu aspek pengetahuan diri atau *self knowledge* yang mempunyai dampak signifikan dalam kehidupan masyarakat sehari-hari adalah *self-efficacy*. Hal ini dikarenakan tingkat *self-efficacy* seseorang menentukan tindakan yang akan diambil untuk mencapai suatu tujuan, salah satunya adalah memperkirakan tantangan yang akan dihadapi.

RERANGKA PEMIKIRAN

Rerangka pemikiran ialah cara memahami sesuatu yang terjadi di dunia nyata. Desain hipotesis menggunakan sebab dan akibat, atau penjelasan komprehensif untuk dihubungkan dengan suatu masalah penelitian (Ferdinand, 2014). Oleh karena itu, rerangka pemikiran penelitian dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1
Rerangka Pemikiran

PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Berdasarkan perumusan masalah, tujuan penelitian, dan pembahasan teori yang telah disajikan, maka hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

Pengaruh antara attitude dengan niat berwirausaha pada mahasiswa gen Z

Perasaan individu yang biasa-biasa saja (netral), perasaan senang, atau tidak senang terhadap suatu hal, semuanya tercermin dalam sikapnya (Sarwono dan Meinarno, 2009). Hal yang sama dikemukakan oleh Prisaria (2012) dalam Sumadi dan Sulistyawati (2017) yang mengatakan reaksi tertutup seseorang terhadap suatu rangsangan atau objek tertentu disebut sikap, dan sikap itu sudah mencakup pendapat dan komponen emosi yang bersangkutan (senang-tidak senang, setuju-tidak setuju, baik-buruk, dll.).

Berdasarkan pada penelitian yang dilakukan oleh Anam, *et al.* (2021) bahwa *attitude* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat untuk berwirausaha. Hasil serupa ditemukan pada beberapa penelitian yang dilakukan oleh Suhermin *et al.* (2023), Utami (2017) dan Cruz, *et al.* (2015) yang menyatakan bahwa *attitude* dapat mempengaruhi minat untuk berwirausaha. Hal berbeda diungkapkan oleh Suryawirawan *et al.* (2022) Ermawati, *et al.* (2017) dalam penelitiannya yang menyatakan bahwa tidak ada pengaruh *attitude* terhadap minat berwirausaha.

H1 : *Attitude* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha mahasiswa gen Z

Pengaruh antara subjective norm dengan niat berwirausaha pada mahasiswa gen Z

Subjective norm adalah keyakinan pribadi tentang apa yang diharapkan orang lain dari lingkungannya, dan norma tersebut berdampak pada keputusan individu dan kelompok untuk terlibat dalam tindakan tertentu atau tidak (Suprpti, 2010). Trihatmoko dan Harsono (2017) menyatakan bahwa kuat atau lemahnya ambisi kewirausahaan akan bergantung pada norma-norma yang ada dalam sistem nilai kewirausahaan. Karena norma subyektif merupakan semacam dukungan dari orang terdekat atau yang berpengaruh (*significant others*) seperti orang tua, pasangan, teman dekat, teman sekerja, atau yang lainnya, dimana dalam konteks ini diberikan dorongan untuk berwirausaha, maka berperan besar dalam menumbuhkan niat berwirausaha.

Menurut beberapa penelitian yang dilakukan oleh Suryawirawan (2020), Suryawirawan, *et al.* (2021), Prabandari dan Sholihah (2014); Costa dan Mares (2016); Mardiyah, *et al.* (2016) yang mengemukakan bahwa *subjective norm* berpengaruh signifikan terhadap niat berwirausaha. Sementara itu, terdapat hasil yang berbeda pada beberapa penelitian seperti pada penelitian yang dilakukan oleh Dinc dan Budic (2016) dan Islami (2015) yang menyatakan bahwa *subjective norm* tidak berpengaruh signifikan terhadap niat berwirausaha.

H2 : *Subjective norm* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha mahasiswa gen Z

Pengaruh antara self-efficacy dengan niat berwirausaha pada mahasiswa gen Z

Self-efficacy adalah keyakinan bahwa seseorang mampu memutuskan apakah suatu tindakan dapat diterima dan benar untuk mencapai tujuan sesuai dengan harapan. Alwisol (2009) menyatakan bahwa *self-efficacy* mengacu pada keyakinan bahwa individu dapat melakukan tindakan yang diperlukan dan merupakan penilaian individu mengenai seberapa baik mereka dapat melakukan tindakan tersebut dalam keadaan tertentu. Seseorang juga akan memiliki niat berwirausaha yang tinggi jika ia memiliki tingkat *self-efficacy* yang tinggi. Sebaliknya, jika seseorang mempunyai *self-efficacy* yang rendah, maka niat berwirausahanya juga akan rendah. Penelitian Suryawirawan *et al.* (2023) mendukung pernyataan tersebut melalui temuan bahwa rendahnya *self-efficacy* berpengaruh signifikan terhadap niat tidak berwirausaha pada gen Z.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Nugroho dan Sulistyowati (2020) menyatakan bahwa terdapat pengaruh *self-efficacy* terhadap niat berwirausaha. Didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Pamungkas dan Mustikawati (2017) yang juga menyatakan bahwa *self-efficacy* berpengaruh signifikan terhadap niat berwirausaha. Sementara itu, terdapat hasil yang berbeda pada penelitian yang dilakukan oleh Prawira dan Hidayah (2021) dan Via dan Siswoyo (2023) yang mengemukakan bahwa *self-efficacy* tidak berpengaruh signifikan terhadap niat berwirausaha.

H3 : *Self-efficacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha mahasiswa gen Z

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian dan Gambaran dari Populasi (Objek Penelitian)

Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Metode kuantitatif adalah metode yang menggunakan bentuk angka dalam penyajian hasil penelitian. Pendekatan ini digunakan untuk menguji teori dan menguji teori yang dikembangkan secara empiris (Kristijanto, 2019). Tujuan penelitian kuantitatif adalah untuk meneliti populasi dan sampel untuk mengukur bagaimana pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Penelitian ini membahas tentang pengaruh *attitude*, *subjective norm*, dan *self-efficacy* terhadap niat berwirausaha pada mahasiswa gen Z di STIESIA Surabaya.

Populasi adalah kumpulan objek yang menjadi fokus penelitian dengan ciri-ciri dan karakteristik tertentu. Menurut Sugiyono (2015) menyatakan bahwa populasi adalah kategori luas yang terdiri dari item atau subjek yang dipilih oleh peneliti untuk dipelajari guna menetapkan karakteristik dan sifat tertentu yang dapat digunakan untuk menarik suatu kesimpulan. Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah mahasiswa gen Z di STIESIA Surabaya.

Teknik Pengambilan Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang akan diteliti oleh peneliti dalam penelitian. Menurut Sugiyono (2015) sampel adalah sebagian dari ukuran dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang

digunakan adalah teknik *non-probability sampling*. Secara spesifik, teknik yang digunakan adalah *purposive sampling*. Dengan menggunakan metode ini, peneliti memilih sampel objektif atau purposif secara subjektif dengan mengevaluasi sampel berdasarkan faktor-faktor tertentu untuk memastikan sampel tersebut layak digunakan sebagai sampel. Adapun kriteria atau karakteristik yang digunakan untuk dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa generasi Z di STIESIA Surabaya dengan program studi S1 Manajemen dan S1 Akuntansi. Dengan jumlahnya yang tidak terhingga, maka digunakan rumus rasio purba untuk populasi tidak terhingga (Sujarweni, 2015). Sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2}{4(Moe)^2}$$

$$n = \frac{1,98^2}{4(0,1)^2}$$

n = 98,1 dibulatkan menjadi 98

Keterangan :

Z = Tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam penentuan sampel 95%, pada penentuan ini Z pada $\alpha = 5\%$ adalah 1,98

Moe = *Margin of Error* atau kesalahan maksimum yang dapat ditoleransi, ditentukan sebesar 10%

n = Besarnya Sampel

Teknik Pengumpulan Data

Data primer digunakan dalam penelitian ini. Untuk mengumpulkan data primer pada penelitian ini, digunakan instrumen survei berupa kuesioner online yang dikirimkan melalui Google Form. Skala Likert digunakan dalam tanggapan alternatif terhadap kuesioner ini. Variabel yang akan diukur dibagi menjadi subindikator yang dapat diukur dengan menggunakan skala Likert. Responden diminta untuk memilih jawaban yang dianggap sesuai dengan dirinya. Berikut pilihan jawaban yang akan dipilih oleh responden, Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Netral (N), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS) dengan bobot nilai:

Tabel 1

Penilaian Skala Likert		
NO	ALTERNATIF	BOBOT
1)	Sangat Setuju (SS)	5
2)	Setuju (S)	4
3)	Netral (N)	3
4)	Tidak Setuju (TS)	2
5)	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2015) variabel penelitian adalah suatu ciri, sifat, atau nilai seseorang, benda, atau aktivitas yang mempunyai variasi tertentu yang dipilih oleh peneliti untuk dipelajari dan diambil kesimpulannya. Peneliti mengambil kesimpulan bahwa variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel bebas (x) dan variabel terikat (y).

Menurut Nazir (2005:152) definisi operasional variabel adalah suatu variabel yang dapat didefinisikan secara operasional dengan memberikan maknanya, menguraikan tindakannya, atau menawarkan operasional yang diperlukan untuk mengukurnya. Pemahaman umum mengenai makna variabel yang dinilai untuk mengidentifikasi variabel penelitian yang digunakan dalam analisis data dapat dicapai melalui penggunaan definisi operasional variabel.

Variabel Independen

Attitude merupakan tanggapan mental dan emosional terhadap suatu objek, dipengaruhi oleh pengalaman dan faktor pribadi dari mahasiswa generasi Z tersebut. Sikap sangat penting dalam aktivitas bisnis, karena sikap dapat membantu mahasiswa generasi Z dalam menentukan tindakan yang tepat dan hasil yang diinginkan. Berikut indikator yang digunakan untuk mengukur *attitude* dalam penelitian ini, menggunakan indikator yang dikemukakan oleh Andika dan Madjid (2012) yaitu : tertarik terhadap wirausaha, berfikir kreatif dan inovatif, memandang kegagalan sebagai suatu hal positif, memiliki jiwa kepemimpinan dan tanggung jawab, dan suka menghadapi resiko dan tantangan.

Subjective norm merupakan pendapat mengenai tindakan yang dilakukan mahasiswa generasi Z, dipengaruhi oleh pengaruh sosial dan tekanan masyarakat. Tindakan tersebut terbentuk oleh persepsi mahasiswa generasi Z mengenai apa yang bersifat normatif dan dorongan mereka untuk melakukan tindakan tersebut. Indikator yang digunakan untuk mengukur *subjective norm* dalam penelitian ini mengadopsi indikator yang dikemukakan oleh Wedayanti dan Giantari (2016), yaitu : peran keluarga dalam keyakinan untuk memulai usaha, dukungan dari individu yang dianggap penting, dan dukungan dari teman.

Self-efficacy adalah sejauh mana mahasiswa generasi Z merasa yakin akan kemampuannya untuk melakukan aktivitas atau tugas tertentu untuk mencapai suatu tujuan. Agar dapat berhasil dalam mencapai suatu tujuan, salah satu syarat yang harus dimiliki mahasiswa generasi Z ialah rasa percaya diri dan keyakinan yang kuat. Adapun indikator yang digunakan untuk mengukur *sel-efficacy* pada penelitian ini menggunakan indikator yang dikemukakan oleh Munawar (2019) yaitu : percaya diri mampu mengelola usaha, kepemimpinan sumber daya manusia, persiapan yang matang dalam memulai usaha, dan merasa mampu untuk memulai usaha.

Variabel Dependen

Niat berwirausaha mengacu pada keinginan mahasiswa generasi Z untuk mengarahkan tindakannya untuk berwirausaha, suatu proses dinamis yang melibatkan visi, perubahan, dan penemuan. Niat memainkan peran utama dalam menentukan tindakan kewirausahaan. Indikator yang digunakan untuk mengukur niat berwirausaha pada penelitian ini mengadopsi dari indikator yang dikemukakan oleh Engle, *et al.* (2010) dan Kolvereid dan Isaken (2006), yaitu : senang berwirausaha, kesiapan untuk berwirausaha, pertimbangan yang matang untuk berwirausaha, dan memutuskan untuk berwirausaha.

Uji Instrumen

Umar (2008:166) menyatakan bahwa uji validitas berguna untuk menentukan pernyataan atau pertanyaan mana dalam kuesioner yang perlu diubah atau dihilangkan karena dianggap tidak relevan. Apabila pernyataan-pernyataan atau pertanyaan-pertanyaan pada suatu kuesioner dapat memberikan gambaran mengenai pokok bahasan yang ingin diukur oleh kuesioner tersebut, maka kuesioner tersebut dianggap valid. Pernyataan dianggap tidak sah apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$, karena syarat validitasnya adalah $r_{hitung} > r_{tabel}$. Membandingkan nilai r yang dihitung dengan tabel r untuk $[df] = n-2$ di mana n ialah jumlah sampel adalah cara uji signifikansi dilakukan (Ghozali, 2013). Apabila koefisien korelasi dinilai signifikan lebih kecil dari 5% maka dapat dinyatakan bahwa pernyataan telah sesuai dengan ketentuan indikator. Sehingga disimpulkan bahwa masing-masing indikator pernyataan adalah valid. Apabila nilai koefisien korelasi diatas 0,05 maka item pernyataan dinyatakan valid, namun apabila nilai koefisien korelasi dibawah 0,05 maka item pernyataan dinyatakan tidak valid.

Uji reliabilitas merupakan suatu metode untuk mengevaluasi suatu kuesioner yang berfungsi sebagai indikator suatu variabel. Jika tanggapan responden terhadap kuesioner tetap konstan sepanjang waktu, maka hal tersebut dianggap dapat diandalkan (Ghozali, 2013).

Menurut Umar (2008:170) uji *cronbach's alpha* digunakan untuk menguji reliabilitas lebih dari dua jawaban berbeda, hasil pengujian dibandingkan dengan nilai koefisien reliabilitas terendah yang diperbolehkan. Keandalan berkisar antara 0,6 hingga 0,8, dengan 0,7 dianggap memadai dan lebih dari 0,8 dianggap baik. Kriteria pengujiannya ialah sebagai berikut: (a) jika nilai *cronbach's alpha* > 0,6; maka instrumen penelitian reliabel. (b) jika nilai *cronbach's alpha* < 0,6; maka instrumen penelitian tidak reliabel.

Teknik Analisis Data

Ferdinand (2014) menyatakan bahwa menyajikan hasil empiris data statistik deskriptif yang menjelaskan karakteristik responden, khususnya yang berkaitan dengan variabel penelitian yang digunakan dalam pengujian hipotesis dan analisis statistik inferensial yang digunakan untuk menguji hipotesis penelitian yang diajukan adalah tujuan dari analisis data. Kesimpulan dapat juga diambil dari sini.

Hubungan atau dampak antara variabel bebas (variabel terikat) dan variabel terikat (variabel bebas) tercakup dalam penelitian ini. Alat bantu statistik SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) digunakan dalam penelitian ini untuk menganalisis data.

Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk memberikan informasi tentang ciri atau karakteristik variabel-variabel penelitian yang utama. Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2018). Statistik deskriptif dalam penelitian ini digambarkan oleh demografi responden.

Regresi Linear Berganda

Menurut Ghozali (2018) kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih dapat ditentukan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda, yang juga mengungkapkan arah hubungan antara variabel independen dan dependen. Analisis regresi berganda turut digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh dari *Attitude*, *Subjective norm*, dan *Self-efficacy* terhadap niat berwirausaha mahasiswa generasi Z.

$$NB = a + b_1A + b_2SN + b_3SE + e$$

Keterangan :

Y = Niat Berwirausaha

a = Konstanta

b₁ = Koefisien *Attitude*

b₂ = Koefisien *Subjective norm*

b₃ = Koefisien *Self-efficacy*

A = *Attitude*

SN = *Subjective norm*

SE = *Self-efficacy*

e = Error / Sisa (Residual)

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan metode yang digunakan untuk mengetahui ada tidaknya permasalahan asumsi klasik pada model regresi linier *Ordinary Least Square* (OLS) (Syafina dan Harahap, 2019).

Menurut Ghozali (2018) uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat data sisa yang terdistribusi secara teratur atau tidak. Terdapat 2 cara agar mengetahui apakah data sisa tersebut terdistribusi secara normal atau tidak, yaitu melalui analisis grafik dan analisis statistik. Pada penelitian ini, uji normalitas yang dilakukan secara analisis statistik

menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov. Uji normalitas Kolmogorov-Smirnov dilakukan dengan membandingkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed), dengan signifikansi yang digunakan $\alpha=0,05$. Dasar pengambilan keputusan adalah melihat angka probabilitas, dengan ketentuan sebagai berikut: (a) Jika nilai Asymp. Sig. (2-tailed) $> 0,05$ maka asumsi normalitas terpenuhi. (b) Jika nilai Asymp. Sig. (2-tailed) $< 0,05$ maka asumsi normalitas tidak terpenuhi.

Uji multikolinearitas sering dipakai untuk menguji adanya korelasi antara variabel independen dalam sebuah model regresi (Ghozali, 2018). Jika terjadi korelasi, maka dikatakan terdapat masalah multikolinieritas. Untuk memeriksa apakah terjadi multikolinearitas atau tidak dapat dilihat dari nilai *variance inflation factor* (VIF) dan nilai *Tolerance*. Model regresi yang baik jika nilai *Tolerance* $> 0,10$ dan $VIF < 10$.

Menguji apakah model regresi mempunyai variansi yang tidak sama dari residu observasi yang satu ke observasi yang lain merupakan tujuan dari uji heteroskedastisitas. Pada model regresi yang baik tidak terjadi heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas dapat dideteksi dengan atau tanpa menggunakan uji glejser dan *scatter plot*. Meregresi nilai residu absolut (AbsRes) pada variabel independen adalah dengan cara dilakukannya uji Glejser. Berikut merupakan dasar pengambilan keputusan uji heteroskedastisitas melalui uji glejser: (a) Jika terdapat pola dan titik-titik yang membentuk pola tertentu (melebur, bergelombang, dan kemudian menyempit) maka dapat dikatakan terjadi gejala heteroskedastisitas. (b) Jika terdapat pola dan titik-titik pada data menyebar tidak merata diatas dan dibawah angka 0 dan sumbu Y, maka dapat dikatakan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas

Uji Kelayakan Model (*Goodness of Fit*)

Keakuratan fungsi regresi sampel ketika mengukur nilai riil ditentukan oleh uji ketepatan model, disebut juga uji kelayakan model. Analisis nilai koefisien determinasi (Uji *Adjusted R²*) dan uji statistik F dapat digunakan untuk menguji keakuratan suatu model secara statistik.

Uji F dilakukan untuk memastikan dampak gabungan dari banyak faktor independen terhadap satu variabel dependen. Dasar untuk pengambilan keputusan Uji F ini adalah sebagai berikut : (a) Jika nilai Sig. $< 0,05$ maka variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. (b) Jika nilai Sig. $> 0,05$ atau maka variabel independen tidak berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen.

Koefisien determinasi menunjukkan sejauh mana model memperhitungkan variansi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi antara nol dan satu. Jika angka koefisien determinasi semakin mendekati 1, maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen semakin tinggi.

Uji hipotesis atau uji t digunakan untuk memastikan apakah suatu variabel independen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Untuk mengetahui seberapa besar masing-masing variabel bebas dapat menjelaskan variabel terikatnya sendiri, digunakan uji hipotesis yang sering disebut dengan uji t. Untuk pengambilan keputusan uji t jika nilai t hitung $> t$ tabel dan nilai Sig. $t < \alpha = 0,05$ maka dapat diambil kesimpulan bahwa variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai t hitung $< t$ tabel dan nilai Sig. $t > \alpha = 0,05$, maka variabel independen tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
Hasil Uji Instrumen
Uji Validitas

Tabel 2
Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	Correlated Item-Total Correlation (R Hitung)	Keterangan
<i>Attitude</i>	A1	0,768	Valid
	A2	0,852	Valid
	A3	0,699	Valid
	A4	0,815	Valid
	A5	0,824	Valid
<i>Subjective Norm</i>	SN1	0,737	Valid
	SN2	0,748	Valid
	SN3	0,786	Valid
<i>Self-Efficacy</i>	SE1	0,844	Valid
	SE2	0,835	Valid
	SE3	0,825	Valid
	SE4	0,818	Valid
Niat Berwirausaha	NB1	0,794	Valid
	NB2	0,883	Valid
	NB3	0,726	Valid
	NB4	0,888	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan pada tabel 2 dapat diketahui bahwa seluruh item pernyataan setiap indikator dari variabel independen dan dependen yang berjumlah 16 item dengan rata-rata total skor variabel masing-masing 0,6 maka artinya seluruh item pernyataan dapat dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam penelitian.

Uji Reliabilitas

Tabel 3
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Perhitungan Cronbach Alpha	Cronbach Alpha (a)	Keterangan
<i>Attitude</i> (A)	0,852	0,6	Reliabel
<i>Subjective Norm</i> (SN)	0,621	0,6	Reliabel
<i>Self-Efficacy</i> (SE)	0,847	0,6	Reliabel
Niat Berwirausaha (NB)	0,838	0,6	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan pada tabel 3 dapat dinyatakan bahwa nilai *cronbach alpha* (a) pada seluruh item dari setiap indikator pernyataan pada kuesioner terdiri dari variabel *attitude*, *subjective norm*, dan *self-efficacy* telah mempunyai nilai *Cronbach alpha* (a) lebih besar dari 0,60. Sehingga menyatakan bahwa keseluruhan indikator yang terdiri dari variabel *attitude*, *subjective norm*, dan *self-efficacy* pada penelitian ini dapat dinyatakan reliabel dan dapat digunakan dalam penelitian.

Hasil Analisis Data Regresi Linear Berganda

Analisis dalam penelitian ini menggunakan regresi linear berganda hasil perhitungan diperoleh bantuan program SPSS. Berikut adalah hasil perhitungan yang telah diperoleh:

Tabel 4
Hasil Uji Linier Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7,886	,937		8,417	<,001
	<i>Attitude</i>	,269	,049	,447	5,472	<,001
	<i>Subjective Norm</i>	,032	,045	,055	,698	,487
	<i>Self-Efficacy</i>	,160	,036	,376	4,477	<,001

a. Dependent Variable: Niat Berwirausaha

Sumber: Data primer yang diolah 2024

Tabel 4 diketahui bahwa persamaan regresi linear berganda pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$NB = 7,886 + 0,269A + 0,032SN + 0,160SE + e$$

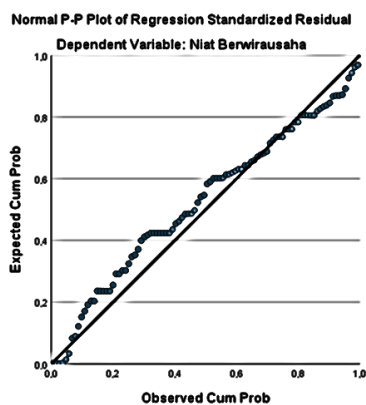
Berdasarkan analisis linear berganda dapat dijelaskan sebagai berikut: (a) Nilai konstanta dalam model persamaan regresi linear berganda memiliki arti bahwa ketika variabel *attitude*, *subjective norm*, dan *self-efficacy* memiliki nilai tetap atau sama dengan nol, maka niat berwirausaha tercatat sebesar 7,886 satuan. (b) Nilai koefisien regresi *attitude* (A) dalam model persamaan regresi linear berganda memiliki arti bahwa terdapat adanya hubungan pengaruh antara *attitude* dengan niat berwirausaha. Jika *attitude* mengalami kenaikan 1 satuan maka niat berwirausaha akan naik sebesar 0,269 satuan. (c) Nilai koefisien regresi *subjective norm* (SN) dalam model persamaan regresi linear berganda memiliki arti bahwa terdapat hubungan pengaruh antara *subjective norm* dengan niat berwirausaha. Jika *subjective norm* mengalami kenaikan 1 satuan maka niat berwirausaha naik sebesar 0,032 satuan. (d) Nilai koefisien regresi *self-efficacy* (SE) dalam model persamaan regresi linear berganda memiliki arti bahwa terdapat hubungan pengaruh antara *self-efficacy* dengan niat berwirausaha. Jika *self-efficacy* mengalami kenaikan 1 satuan maka niat berwirausaha akan naik sebesar 0,160 satuan.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak dapat dilakukan dengan analisis grafik dan analisis statistik.

a. Analisis Uji Grafik P-Plot



Gambar 2

Grafik Uji Normalitas

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Dari gambar grafik normality plot dengan variabel dependen Niat Berwirausaha di atas dapat diketahui bahwa titik-titik data menyebar mengikuti garis diagonal sehingga menunjukkan pola data yang berdistribusi normal.

b. Uji Statistik (Uji Kolmogorov Smirnov)

Hasil uji statistik pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 5
Hasil Uji Normalitas
Non Parametik Kolmogorov-Smirnov

		<i>Unstandardized Residual</i>
N		98
<i>Normal Parameters^{a,b}</i>	<i>Mean</i>	,0000000
	<i>Std. Deviation</i>	1,15228286
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	,088
	<i>Positive</i>	,073
	<i>Negative</i>	-,088
<i>Test Statistic</i>		,088
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)^c</i>		,057

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Hasil uji normalitas melalui metode Kolmogorov-Smirnov mendapatkan hasil nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* 0,057 atau lebih dari nilai signifikan yaitu 0,05 ($0,057 > 0,05$) sehingga seluruh variabel dalam penelitian ini yaitu *attitude*, *subjective norm*, *self-efficacy*, dan niat berwirausaha dinyatakan berdistribusi normal atau lolos uji normalitas.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dalam penelitian ini diuji dengan melihat pada angka *tolerance* dan VIF. Hasil uji multikolinearitas pada penelitian ini ialah sebagai berikut:

Tabel 6
Uji Multikolinearitas
Collinearity Statistic

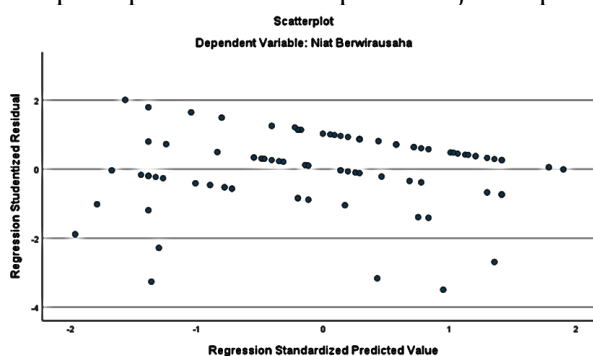
Variabel			Kesimpulan
	<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>	
A	,727	1,376	Tidak Ada Multikolinearitas
SN	,768	1,301	Tidak Ada Multikolinearitas
SE	,688	1,453	Tidak Ada Multikolinearitas

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan tabel 6 menunjukkan bahwa variabel *attitude*, *subjective norm*, dan *self-efficacy* mempunyai angka *tolerance* lebih besar dari 0,10 dan *VIF* lebih kecil dari 10. Dalam hal ini menunjukkan bahwa tidak ada korelasi antar variabel niat berwirausaha dan *attitude*, *subjective norm*, dan *self-efficacy*, sehingga dapat disimpulkan bahwa hasil yang didapat yaitu tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas pada penelitian ini dapat ditunjukkan pada gambar dibawah ini:



Gambar 3
Grafik *Scatterplot* Heteroskedastisitas
Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan gambar diatas, dapat diketahui bahwa tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar secara acak diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdeteksi adanya heteroskedastisitas pada model regresi. Dengan kata lain model regresi pada penelitian ini dinyatakan lolos uji heteroskedastisitas, sehingga layak untuk dilakukan pengujian lebih lanjut.

Uji Kelayakan Model (*Goodness of Fit*)

Uji F

Hasil perhitungan perolehan nilai F yang dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 7
Hasil Uji F
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	29,428	3	9,809	37,479	<,001 ^b
	Residual	24,602	94	0,262		
	Total	54,030	97			

a. Dependent Variable: Niat Berwirausaha

b. Predictors: (Constant), Self-Efficacy, Subjective Norm, Attitude

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan pada tabel 7 perhitungan dengan menggunakan SPSS menunjukkan nilai F_{hitung} sebesar 37,479 dan tingkat signifikan sebesar $<,0001 \leq 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi layak diterima dan bisa digunakan dalam penelitian.

Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Hasil uji koefisien determinasi pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 8
Hasil Uji Koefisien Determinasi Berganda
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,738 ^a	,545	,530	0,512

a. Predictors: (Constant), Self-Efficacy, Subjective Norm, Attitude

b. Dependent Variable: Niat Berwirausaha

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan pada tabel 8 menunjukkan hasil uji koefisien determinasi (R^2) mendapatkan nilai R-Square (R^2) sebesar 0,545 atau 54,5%. Hal ini dapat diketahui bahwa variabel independen seperti *attitude*, *subjective norm*, dan *self-efficacy* bisa menjelaskan variabel

dependen atau niat berwirausaha sebesar 54,5%. Sedangkan sisanya sebesar 45,5% lainnya dijelaskan oleh variabel independen lain yang tidak dimasukkan pada model penelitian.

Uji Hipotesis (uji t)

Hasil uji hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 9
Hasil Uji Hipotesis

Model	Coefficients		Keterangan
	T	Sig.	
A	5,472	< 0,001	Signifikan
SN	,698	0,487	Tidak Signifikan
SE	4,477	< 0,001	Signifikan

a. Dependent Variable: NB

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 9 diatas, diperoleh sebagai berikut: (1) Variabel *Attitude* mendapatkan hasil perhitungan dari t hitung sebesar 5,472 dan memiliki tingkat signifikansi sebesar < 0,001 yang artinya lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat dinyatakan bahwa *attitude* berpengaruh signifikan terhadap niat berwirausaha; (2) Variabel *Subjective Norm* mendapatkan hasil perhitungan dari t hitung sebesar 0,698 dan memiliki tingkat signifikan sebesar 0,487 yang artinya lebih besar dari 0,05 sehingga dapat dinyatakan bahwa *subjective norm* tidak berpengaruh signifikan terhadap niat berwirausaha; (3) Variabel *Self-Efficacy* mendapatkan hasil perhitungan dari t hitung sebesar 4,477 dan memiliki tingkat signifikan sebesar < 0,001 yang artinya lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat dinyatakan bahwa *self efficacy* berpengaruh signifikan terhadap niat berwirausaha.

Pembahasan

Attitude Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Niat Berwirausaha

Attitude berasal dari pola pikir rasional yang mempertimbangkan keuntungan dan kerugian menjadi seorang wirausaha, baik dari sisi ekonomi, pribadi sosial, pekerjaan, dan sebagainya (Tripalupi, et al., 2019). Secara keseluruhan, sikap individu terhadap wirausaha memiliki pengaruh signifikan terhadap niat mereka untuk berwirausaha. Perasaan tertarik untuk berwirausaha, mampu berfikir kreatif dan inovatif, persepsi bahwa kegagalan merupakan hal yang positif, jiwa kepemimpinan dan tanggung jawab yang baik, dan perasaan tertarik dalam menghadapi risiko dan tantangan semuanya berperan dalam membentuk niat berwirausaha mahasiswa generasi Z.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Suhermin et al. (2023), Utami (2017), Tripalupi, et al., (2019), Simanihuruk (2020) dan Anam, et al., (2021) yang menyatakan bahwa *attitude* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha. Sebaliknya, penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Suryawirawan, et al. (2022) dan Adam, et al., (2020) yang mengemukakan bahwa *attitude* tidak berpengaruh terhadap niat berwirausaha.

Subjective Norm Berpengaruh Positif namun Tidak Signifikan Terhadap Niat Berwirausaha

Subjective Norm merupakan sebuah keyakinan yang berasal dari mahasiswa generasi Z yang didukung oleh lingkungan sekitar, jika lingkungan sekitar tidak mendukung keyakinan yang dimiliki maka mahasiswa generasi Z tersebut tidak memiliki keyakinan untuk melakukan niat wirausaha yang akan dijalaninya dan menjadikan mahasiswa generasi Z tersebut mengurungkan niatnya dan melupakan hal tersebut. Ada beberapa dampak yang mempengaruhi *subjective norm* tidak signifikan terhadap niat berwirausaha seperti latar belakang budaya, dampak faktor eksternal, dan kesesuaian norma dengan preferensi

individu. Sehingga mahasiswa generasi Z yang tidak memiliki dukungan keyakinan dari sekitar tidak dapat menumbuhkan ide-ide wirausaha yang sebelumnya telah diniatkan.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Suryawirawan, *et al.*, (2021) dan Ekachandra dan Puspitowati (2022) yang menyatakan bahwa *subjective norm* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha. Sebaliknya, hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Mawardi dan Baihaqi (2019) dan Debiyani (2020) yang menyatakan bahwa *subjective norm* memiliki pengaruh yang positif namun tidak signifikan terhadap niat berwirausaha.

Self-Efficacy Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Niat Berwirausaha

Self-efficacy merupakan sejauh mana mahasiswa generasi Z merasa yakin terhadap kemampuan yang dimilikinya dalam melakukan aktivitas atau tugas yang sedang dilakukan. Rasa percaya diri dan keyakinan yang kuat menjadikan seseorang memiliki niat wirausaha yang tinggi dan tidak memiliki rasa takut jika wirausaha yang akan dilakukannya mengalami kegagalan, agar tidak mudah putus asa dalam melakukan tugasnya *self-efficacy* menumbuhkan perasaan tertarik yang kuat pada niat wirausaha sehingga mahasiswa generasi Z mampu menumbuhkan ide-ide kreatif untuk menciptakan karya wirausaha.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Adam, *et al.*, (2020) dan Wijaya dan Hidayah (2022) yang menyatakan bahwa *self-efficacy* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha. Sebaliknya, hasil dari penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Suryawirawan (2020), Prawira dan Hidayah (2021) juga Via dan Siswoyo (2022) yang menyatakan bahwa *self-efficacy* memiliki pengaruh yang positif namun tidak signifikan terhadap niat berwirausaha.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan terkait “*Attitude, Subjective Norm, dan Self-Efficacy Terhadap Niat Berwirausaha Mahasiswa gen Z*” pada mahasiswa STIESIA Surabaya maka dapat disimpulkan sebagai berikut: (1) *Attitude* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha mahasiswa gen Z pada STIESIA Surabaya. Hal ini menyatakan bahwa *attitude* yang dimiliki oleh mahasiswa gen Z dapat memunculkan niat berwirausaha pada diri mahasiswa gen Z tersebut. Niat berwirausaha mahasiswa generasi Z dibentuk oleh berbagai faktor, antara lain minat memulai usaha sendiri, kemampuan berpikir inovatif dan kreatif, keyakinan bahwa kegagalan adalah hal yang baik, rasa kepemimpinan dan tanggung jawab yang kuat, serta minat terhadap usaha menghadapi risiko dan tantangan. (2) *Subjective Norm* berpengaruh secara positif namun tidak signifikan terhadap mahasiswa gen Z pada STIESIA Surabaya. Hal ini menunjukkan bahwa *subjective norm* yang dimiliki mahasiswa gen Z tidak dapat menumbuhkan niat wirausaha yang telah direncanakan sebelumnya. Latar belakang budaya, pengaruh keadaan luar, dan penyesuaian norma dengan preferensi individu adalah beberapa faktor *subjective norm* yang tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap niat berwirausaha. Dengan demikian, mahasiswa yang kurang percaya diri dari orang-orang disekitarnya tidak mampu menekuni niat berwirausaha yang telah mereka rencanakan sebelumnya. (3) *Self-Efficacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha mahasiswa gen Z pada STIESIA Surabaya. Hal ini menunjukkan bahwa keyakinan atau kepercayaan diri yang ada pada diri mahasiswa gen Z dapat mendorong mahasiswa gen Z tersebut dalam mewujudkan keinginannya untuk berwirausaha. Mahasiswa yang memiliki rasa percaya diri dan keyakinan yang kuat, mempunyai keinginan yang tinggi dalam berwirausaha dan tidak takut gagal dalam usahanya, sehingga mampu tekun dalam menunaikan tanggung jawabnya. Agar mahasiswa dapat melahirkan ide-ide kreatif dan menghasilkan karya wirausaha, *self-efficacy* menumbuhkan rasa semangat yang kuat dalam keinginan untuk berwirausaha.

Keterbatasan

Adapun keterbatasan dalam penelitian ini yang dapat menjadi rujukan dan pertimbangan bagi beberapa pihak, antara lain: (1) Penelitian ini menerapkan metode pengumpulan data yaitu metode survey dengan menyebarkan kuesioner melalui *gform*, sehingga jawaban yang diberikan responden belum tentu menggambarkan kondisi sesungguhnya. (2) Penelitian ini hanya menggunakan tiga variabel independen yaitu *attitude*, *subjective norm*, dan *self-efficacy* untuk menjelaskan variabel dependen yaitu niat berwirausaha. (3) Penelitian ini hanya dilakukan terhadap sebanyak 98 mahasiswa gen Z pada STIESIA Surabaya.

Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka saran yang dapat diajukan antara lain: (1) Diharapkan mahasiswa generasi Z meningkatkan *attitude* dalam keinginan untuk berwirausaha dengan cara pendidikan, teladan, pemberdayaan, penghargaan, akses terhadap sumber daya, inovasi, pendidikan keuangan, pendampingan, dan kesadaran akan peluang, dengan begitu maka mahasiswa generasi Z dapat memahami proses kewirausahaan, mengidentifikasi peluang, mengelola risiko, mengembangkan keterampilan yang diperlukan, serta merencanakan, mengembangkan, dan menguji ide bisnis mereka sendiri, meningkatkan motivasi, juga mengembangkan sikap proaktif dan mengambil tindakan dalam kewirausahaan. (2) Diharapkan mahasiswa generasi Z dapat meningkatkan *subjective norm* terhadap niat berwirausaha dengan cara membentuk komunitas wirausaha, mencari mentor dan teladan, mengikuti pelatihan, berpartisipasi dalam proyek kolaboratif, membangun jaringan, dan membentuk kelompok belajar kolaboratif yang bertujuan untuk memberikan kesempatan untuk menguji ide bisnis, menerima masukan, memperluas jaringan, memberikan wawasan berharga, dan memperkuat *subjective norm* mengenai kewirausahaan. (3) Diharapkan mahasiswa generasi Z dapat meningkatkan *self-efficacy* dalam niat berwirausaha dengan cara memperoleh pendidikan, pengalaman praktis, bimbingan, keterampilan memecahkan masalah, mengikuti jejak wirausaha sukses, menetapkan tujuan yang jelas dan terukur, membangun jaringan profesional yang kuat, merayakan pencapaian dan penghargaan, terus berkarya, serta mengembangkan keterampilan penting seperti kreativitas, kepemimpinan, manajemen waktu, dan komunikasi yang efektif, dan mengajarkan untuk berani mengambil risiko yang bertujuan untuk membantun membangun kepercayaan diri, mengatasi tantangan, dan mencapai kesuksesan di dunia wirausaha. (4) Peneliti selanjutnya sebaiknya mencoba menggunakan pendekatan wawancara mendalam untuk memperoleh informasi yang lebih rinci dari responden mengenai topik penelitian atau mengambil sampel yang lebih besar dan beragam untuk memperoleh hasil penelitian yang lebih valid. (5) Peneliti selanjutnya sebaiknya dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambah variabel independen yang dapat memengaruhi niat berwirausaha mahasiswa gen Z seperti pendidikan kewirausahaan, motivasi, kreativitas, gender, dan pengalaman berwirausaha. (6) Peneliti selanjutnya sebaiknya mencoba menambah jumlah responden untuk memperoleh hasil penelitian yang lebih representatif dan reliabel. Disarankan agar setidaknya 100 responden atau lebih dengan menggunakan pendekatan pengambilan sampel non'probabilitas seperti pengambilan sampel selektif untuk memperoleh tanggapan yang bermakna dan lebih terfokus.

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, E. R., V. Lengkong, dan Y. Uhing. 2020. Pengaruh Sikap, Motivasi, Dan Efikasi Diri Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Feb Unsrat (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen). *Jurnal EMBA*, 8(1), pp. 596-605.
- Ajzen, I. 1985. From Intentions to Actions: A Theory of Planned Behavior. Dalam *Action Control*. Editor Kuhl, J., J. Beckmann. SSSP Springer Series in Social Psychology. Berlin

- Alwisol, 2009. *Psikologi Kepribadian*. revisi ed. Malang: UMM Press.
- Anam, M. S., Mochlasin, W. Yulianti, I. Afisa, dan N. A. Safitri. 2021. Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Religiusitas, Pengetahuan Kewirausahaan, Dan Faktor Demografi Terhadap Minat Berwirausaha. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(4), pp. 1369-1382.
- Andika, M. dan I. Madjid. 2012. Analisis Pengaruh Sikap, Norma Subyektif Dan Efikasi Diri Terhadap Intensi Berwirausaha Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Syiah Kuala (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Syiah Kuala). *Eco-Entrepreneurship Seminar dan Call for Paper "Improving Performance by Improving Environment" Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang*, pp. 190-197.
- APJII. 2018. POLLING INDONESIA: Penetrasi dan Profil Perilaku Pengguna Internet Indonesia. In Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.
- _____. 2023. Pengguna Internet di Indonesia Makin Tinggi. Indonesia Baik.id. <https://indonesiabaik.id/infografis/pengguna-internet-di-indonesia-makin-tinggi>.
- Azwar, S. 2016. *Sikap Manusia (Teori dan Pengukurannya)*. 2nd ed. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Badan Pusat Statistik. 2023. *Tingkat Pengangguran Indonesia Tertinggi ke-2 di ASEAN*. RRI. <https://www.rri.co.id/bisnis/432258/tingkat-pengangguran-terbuka-agustus-2023-tercatat-5-32-persen#:~:text=KBRN%2C%20Jakarta%3A%20Survei%20ketenagakerjaan%20Badan,tercatat%20sebesar%205%2C45%20persen>
- Costa, T. G. D. dan P. Mares. 2016. Factors Affecting Students' Entrepreneurial Intentions of Polytechnic Institute of Setubal A Cognitive Approach. *Revista de Administração, Contabilidade e Economia Da Fundace*, 7(1), pp. 102-117.
- Cruz, L. D., N. W. Suprpti, dan N. N. K. Yasa. 2015. Aplikasi Theory of Planned Behavior dalam Membangkitkan Niat Berwirausaha bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Unpaz, Dili Timor Leste. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 4(12), pp. 895-920.
- Dinc, M. S. dan S. Budic. 2016. The Impact of Personal Attitude, Subjective Norm, and Perceived Behavioural Control on Entrepreneurial Intentions of Women. *Eurasian Journal of Business and Economics*, 9(17), pp. 23-35.
- Ekachandra, W. dan I. Puspitowati. 2022. Faktor - Faktor Penentu Niat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Manajemen*. 19(2), 127-148. <https://doi.org/10.25170/jm.v19i2.4204>
- Engle, R. L., D. Nikolay, J. V. Gravidia, C. Schlaegel, S. Delanoe, I. Alvarado, H. Xiaohong, dan B. Wolff. 2010. "Entrepreneurial Intent a Twelve-country Evaluation of Ajzen's Model of Planned Behavior". *International Journal of Entrepreneurial Behavior dan Research*, 16(1), 35-57.
- Ermawati, N., E. Soesilowati dan P. E. Prasetyo. 2017. Pengaruh Need for Achievement dan Locus of Control terhadap Intensi Berwirausaha Melalui Sikap Siswa Kelas XII SMK Negeri se Kota Semarang. *Journal of Economic Education*, 6(1), pp. 66-74.
- Fatoki, O. 2014. The Entrepreneurial Intention of Undergraduate Students in South Africa: The Influences of Entrepreneurship Education and Previous Work Experience. *Mediterranean Journal of Social Sciences*. 5(7): 294-299.
- Fattah, H. 2017. *Kepuasan Kerja Dan Kinerja Pegawai*. Jakarta: Elmatara.
- Ferdinand, A., 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. 5 ed. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang
- Ghozali, I., 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang
- _____. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang
- Ghufron, M. N. dan S. R. Risnawati. 2014. *Teori-Teori Psikologi*. Ar Ruzz Media. Yogyakarta
- Islami, N. N., 2015. Pengaruh Sikap Kewirausahaan, Norma Subyektif, dan Efikasi Diri Terhadap Perilaku Berwirausaha Melalui Intensi Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 3(1), pp. 5-21.

- Ivanović-Đukić, M., T. Stevanović dan T. Rađenović. 2019. Does digitalization affect the contribution of entrepreneurship to economic growth. *Proceedings of Rijeka Faculty of Economics: Journal of Economics and Business*, 36(2), 653–679.
- Kolvereid, L., dan E. Isaken. 2006. "New Business Start-up and Subsequent Entry Into Self-employment". *Journal of Business Venturing*, 21(6), 866-885.
- Kumalasari, D. A. 2017. "Sikap Berwirausaha Dan Kreativitas." *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi*2(2): 1–5. <https://ejournal.unikama.ac.id/index.php/jrpe/article/view/3822>
- Kristijanto, F. A., 2019. Pengaruh Lingkungan Keluarga, Efikasi Diri, dan Motivasi Terhadap Niat Berwirausaha pada Mahasiswa Universitas Kristen Petra Surabaya. *AGORA*, 7(2), pp. -.
- Manuntung, A. 2018. *Terapi Perilaku Kognitif Pada Pasien Hipertensi*. Wineka Media. Malang
- Mardiyah, U., M. M. Minarsih, dan M. M. Warso. 2016. Pengaruh Sikap, Norma Subjektif dan Efikasi Diri Terhadap Intensi Berwirausaha Pada Remaja Lulus SMK/SMA (Studi Kasus Pada Kelurahan Padangsari Banyumanik Semarang). *Journal Of Management*, 2(6), pp. -.
- Marini, C. Kinta, dan S. Hamidah. 2014. The Effects of Self Efficacy, Family Environment, and School Environment on The Entrepreneurial Interest of The Culinary Service Department Student at VHSS. *Jurnal Pendidikan Vokasi*, 4(2), pp. 195-207.
- Mawardi, M. K., dan A. I. Baihaqi. 2019. Impact of Attitudes Towards Entrepreneurship, Subjective Norms, and Perceived Behavioral Control in Creating Entrepreneurial Intention. *Atlantis Press*. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.201116.010>.
- Munawar, A., 2019. Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Self Efficacy terhadap Minat Berwirausaha Siswa. *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan KALUNI*, Volume 2, pp. 398-406.
- Nazir, M., 2005. *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia. Bogor
- Nugroho, S. dan S. N. Sulistyowati. 2020. Pengaruh Self Efficacy Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Stkip Pgri Jombang. *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi, dan Ilmu Sosial*, 14(2), pp. 275-280.
- Nuryanto, U. W., M. D. Mz, A. H. Sutawijaya, dan A. B. Saluy. 2020. Analisis Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Efikasi Diri dan Kecerdasan Emosi terhadap Minat Wirausaha. *Dynamic Management Journal*, 4(1), pp. 1-10.
- Pamungkas, A. P. dan I. Mustikawati. 2017. Pengaruh Self Efficacy, Pendidikan Kewirausahaan Dan Ekspektasi Pendapatan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. *Jurnal Fakultas Ekonomi*, (-), pp. 1-13.
- Prabandari, S. P. dan P. I. Sholihah. 2014. The Influence of Theory of Planned Behavior and Entrepreneurship Education towards Entrepreneurial Intention. *Journal of Economics, Business, and Accountancy Ventura*, 17(3), pp. 385-392.
- Prawira, J. J. dan N. Hidayah. 2021. Pengaruh Subjective Norm, Attitude Toward Behavior, Dan Self-Efficacy Terhadap Entrepreneurial Intention. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, III(3), pp. 762-770.
- Primandaru, N., 2017. Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Pada Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Economia*, 13(1), pp. 68-78.
- Prisaria, N. 2012. Hubungan pengetahuan dan lingkungan social terhadap tindakan pencegahan penyalahgunaan NAPZA pada siswa SMA negeri 1 jepara. *Jurnal Media Medika Muda*.
- Ramayah, T. dan Harun. 2005. Entrepreneurial Intention Among the Student of University Sains Malaysia (USM). *International Journal of Management and Entrepreneurship*, 1: 8-20
- Rimadias, S. dan, L. K. Pratiwi 2017. "Planned Behavior Pada E-Rekrutment Sebagai Penggerak Intention To Apply For Work". *Jurnal Seminar Nasional Riset Manajemen dan Bisnis*. 381–382.

- Robbins, S. P. dan T. A. Judge. 2016. *Perilaku Organisasi (Organizational Behavior)*. Salemba Empat. Jakarta
- Santi, N., A. Hamzah, dan T. Rahmawati. 2017. Pengaruh Efikasi Diri, Norma Subjektif, Sikap Berperilaku, dan Pendidikan Kewirausahaan terhadap Intensi Berwirausaha. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 1(1), 63-74
- Sarwono, S. W. dan E. A. Meinarno. 2009. *Psikologi Sosial*. - ed. Jakarta: Salemba Humanika.
- Simanihuruk, P., 2020. Pengaruh Sikap, Norma Subyektif Dan Kontrol Perilaku Yang Dirasakan Terhadap Minat Berwirausaha Dengan Pendekatan Theory Of Planned Behaviour. *JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS (JMB)*, 20(1), pp. 119-140.
- Sugiyono, 2015. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan RdnD)*. Bandung: Alfabeta.
- Suhermin, S., O. A. Suryawirawan, & A. T Bon. 2023. SYSTEMIC ENTREPRENEURSHIP INTENTION MODEL, FAMILY BACKGROUND, AND PRIOR ENTREPRENEURIAL EXPERIENCE ON STUDENTS' ENTREPRENEURIAL INTENTION. *Jurnal Aplikasi Manajemen (JAM)*, 21(3), 642-658. <https://doi.org/10.21776/ub.jam.2022.021.03.07>
- Sujarweni, W., 2015. *SPSS Untuk Penelitian*. Pustaka Baru Press. Yogyakarta
- Sumadi, A. R. dan E. Sulistyawati. 2017. Pengaruh Sikap, Motivasi, Dan Lingkungan Terhadap Niat Berwirausaha. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(2), pp. 1007-1029.
- Suprpti, dan N. W. Sri. 2010. *Perilaku Konsumen, Pemahaman Dasar dan Aplikasinya Dalam Strategi Pemasaran*. Udayana University Press. Denpasar
- Suryaman, M. 2006. *Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Pendidikan Teknik Elektro Fakultas Teknik Universitas Negeri Semarang*. (Laporan Penelitian). Semarang: Fakultas Teknik UNS.
- Suryawirawan, O. A., dan A. Firmansyah. 2019. Pengaruh Corporate Entrepreneurial Intention Dan Selfefficacy Terhadap Entrepreneurial Intention Dan Organizational Performance. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Airlangga*, 29(1), 37-51. doi: 10.20473/jeba.V29I12019.6014
- Suryawirawan, O. A. 2020. Theory of Planned Behavior Approach and Gender Differences on Students' Intention to Practice Online Business. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 10(2), 138-147. <https://doi.org/10.15294/jdm.v10i2.19398>
- Suryawirawan, O. A, W. S. Shabrie, dan K. E. Cahyono. 2021. Implementasi Theory of Planned Behavior terhadap Entrepreneurial Intention: Efek Moderasi Entrepreneurship Education dan Gender. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 9(2), 207-221
- Suryawirawan, O. A, Suhermin, W. S. Shabrie, dan D. U. Wahyuni. 2022. Student Entrepreneurship Intention amidst the Covid-19 Pandemic: An Extended Systemic Entrepreneurship Intention Model Approach. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 10(2), 88-100.
- Suryawirawan, O. A., S. Suhermin, W. S. Shabrie, A. Damayanti, & E. F. Trianjani. 2023. Efikasi Diri, Situasi Ekonomi dan Latar Belakang Orang Tua terhadap Niat Tidak Berwirausaha Mahasiswa Gen Z di Surabaya. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 10(2), 299-310. <https://doi.org/10.26905/jbm.v10i2.11149>
- Syafina, L. dan N. Harahap. 2019. *Metode Penelitian Akuntansi: Pendekatan Kuantitatif*. Medan: FEBI UIN-SU Press.
- Syahrani, dan R. Debiyani. 2020. Peran Gender dalam Niat Berwirausaha. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*. 16(3), 237-242. <https://dx.doi.org/10.31940/jbk.v16i3.2196>
- Tjahjono, H.K. dan H. Ardi. 2008. Kajian Niat Mahasiswa Manajemen. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta untuk Menjadi Wirausaha. *Utilitas Jurnal Manajemen dan Bisnis*. 16(1): 46-63.
- Tomos, F., N. Kumar, N. Clifton, D. H. Ssekasi. 2019. *Women Entrepreneurs and Strategic Decision Making in the Global Economy*. ed. Nick Clifton Denis Hyams-Ssekasi, Florica Tomos, Naresh Kumar. Hershey PA. IGI Global.

- Trihatmoko, A. dan M. Harsono. 2017. *Kewirausahaan (Membentuk dan Mengembangkan Unit Bisnis Handal dan Mapan)*. - ed. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Tripalupi, L. E., I N. Sujana, L. Indrayani, dan N. Suharsono. 2019. *The Influence Of Attitude, Sibjective Norm, and Self Efficacy On The Intention Of Students Entrepreneurs*. Atlantis Press. <https://doi.org/10.2991/teams-19.2019.36>
- Umar, H., 2008. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Utami, C. W., 2017. Attitude, Subjective Norms, Perceived Behavior, Entrepreneurship Education and Self-efficacy toward Entrepreneurial Intention University Student in Indonesia. *European Research Studies Journal*, 20(2A), pp. 475-495.
- Via, M. dan S. T. Siswoyo. 2023. Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Efikasi Diri, Presepsi Kontrol Perilaku Terhadap Niat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro. *Jurnal Manajemen Diversifikasi*, 3(1), pp. 65-78.
- Wang, L. 2019. Effect of Entrepreneurial Self-Efficacy on the Entrepreneurial Intentions of Students at a University in Hainan Province in China : Taking Social Support as a Moderator. *International Journal of Learning, Teaching and Educational Research*, 18(9), 183-200.
- Wedayanti, N. P. A. A. dan I. G. A. K. Giantari. 2016. Peran Pendidikan Kewirausahaan Dalam Memediasi Pengaruh Norma subjektif Terhadap Niat Berwirausaha. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(1), pp. 533-560.
- Widyarani, N. 2013. *Psikologi Populer: Kunci Pengembangan Diri*. Elex Media Komputindo. Jakarta
- Wijaya, F. dan N. Hidayah. 2022. Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Pengambilan Risiko, Dan Efikasi Diri Terhadap Niat Berwirausaha. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*. 4(2), 348-357.
- Yang, J. 2013. The Theory of Planned Behavior and Prediction of Entrepreneurial Intention Among Chinese Undergraduates. *Scientific Journal Publishers Ltd*, 41(3): h: 367-376.