

**RELATIONSHIP BETWEEN ENTREPRENEURSHIP SPIRIT, SELF-EFFICIENCY, AND
ENTREPRENEURSHIP INTENTION IN THE CONTEXT OF MILLENNIAL STUDENTS**

Mery Ramadani¹, Novia Indah Lestari²

^{1&2}Universitas Serang Raya
Email: noviaindah122@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to examine the relationship between Entrepreneurial Spirit, Self-Efficacy, and Entrepreneurial Intention in the Context of Millennial Students. Data were obtained by online questionnaires to 103 millennial student respondents. The appropriate sample size is between 100-200 respondents so that interpretation estimates using the Structural Equation Model (SEM). For this reason, the number of samples will determine by the results of the calculation of the minimum sampling using the Slovin as 100, with the collected questionnaires of 103 respondents. Intake The research used a purposive sampling technique. The method used in this study is the Structural Equation Model (SEM) with the help of SPSS version 22 software. The results prove that entrepreneurial spirit has a positive relationship with entrepreneurial intentions. Self-efficacy is a mediation of the relationship between entrepreneurial spirit and entrepreneurial intentions.

Keywords: *entrepreneurial spirit; Self-efficacy; entrepreneurial intention*

**HUBUNGAN ANTARA SEMANGAT KEWIRAUSAHAAN, EFIKASI DIRI, DAN NIAT BERWIRAUSAHA
DALAM KONTEKS MAHASISWA MILLENNIAL**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji hubungan antara Semangat Kewirausahaan, Efikasi Diri, dan Niat Berwirausaha dalam Konteks Mahasiswa Milenial. Data diperoleh dengan menyebarkan kuisioner secara online melalui Google Form kepada 103 responden mahasiswa millennial. Ukuran sampel yang sesuai antara 100-200 responden agar dapat digunakan estimasi interpretasi dengan *Structural Equation Model* (SEM). Untuk itu jumlah sampel akan ditentukan berdasarkan hasil perhitungan sampel minimum menggunakan rumus slovin sebanyak 100, dengan kuisioner yang terkumpul yaitu 103 responden. Pengambilan Penelitian menggunakan teknik pengambilan sampel purposive sampling. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Model* (SEM) dengan bantuan software SPSS versi 22. Hasil penelitian membuktikan bahwa semangat berwirausaha memiliki hubungan positif dengan niat berwirausaha. Efikasi diri sebagai mediasi hubungan antara semangat berwirausaha dan niat berwirausaha.

Kata Kunci: *Semangat berwirausaha; Efikasi Diri; Niat*

PENDAHULUAN

Kewirausahaan merupakan kegiatan yang menciptakan, menemukan mengevaluasi dan memanfaatkan peluang untuk menghasilkan produk berupa barang dan jasa. Kewirausahaan merupakan isu yang menarik untuk didiskusikan oleh para sarjana dan bermanfaat bagi pertumbuhan ekonomi di tingkat individu, perusahaan serta negara. Saat ini kewirausahaan menjadi pilihan karir yang sangat baik, terutama di perusahaan seorang wirausaha memiliki peran penting untuk mendukung keberhasilan perusahaan tersebut (Jeraj & Maric, 2013).

Aktivitas bisnis mendorong perkembangan dan pertumbuhan ekonomi suatu negara. Global Entrepreneurship Monitor (2019) menyimpulkan bahwa untuk mengembangkan kewirausahaan adalah melalui pendidikan, standar sosial dan budaya. Roy *et al* (2017) menyatakan bahwa kewirausahaan menjadi topik yang menarik dalam kebijakan publik dan perkembangan ekonomi. Salah satu topik dalam studi kewirausahaan yang menjadi perhatian banyak orang adalah *entrepreneurial passion* atau semangat berwirausaha. Semangat berwirausaha sangat penting karena dapat menghasilkan pasar dan produk baru melalui ide-ide inovatif dan kreatifitas.

Menurut Campos (2017) *entrepreneurial passion* mendorong individu untuk memikirkan niat berwirausaha. Semangat berwirausaha tingkat tinggi dapat membuat individu menciptakan bisnis dan mengekspresikan semangat mereka ke dalam tindakan. Semua wirausaha memiliki semangat, perasaan ini dapat mendorong wirausaha untuk menciptakan nilai. Tahap pertama untuk menciptakan nilai adalah *entrepreneurial intention*. Semangat berwirausaha merupakan faktor penting dalam mendorong aktivitas, perencanaan, dan proses kewirausahaan (Santos dan Cardon, 2019).

Beberapa penelitian mengenai kewirausahaan menunjukkan bahwa mediasi dari *entrepreneurial passion* memiliki hubungan antara *self-efficacy* yang menghasilkan perilaku inovatif (Chavez & Guevara, 2020). Penelitian lain menemukan bahwa efikasi diri sebagai mediasi hubungan antara semangat kewirausahaan dan niat berwirausaha (Neneh, 2020). Menurut Hsu, *et al* (2019) individu yang mempunyai efikasi diri tinggi dapat bereaksi positif dalam menghadapi lingkungan baru mereka, sedangkan individu yang memiliki efikasi diri rendah akan ragu untuk memulai lingkungan yang unik. Cardon and Kirk (2015) menyatakan bahwa *entrepreneurial self-efficacy* memiliki korelasi yang kuat dengan *entrepreneurial passion*.

Kewirausahaan di negara maju telah dianggap sebagai cara untuk meningkatkan inovasi dan kemajuan teknologi, memiliki persaingan dan menciptakan lapangan pekerjaan yang dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan di negara tersebut (Primandanu, 2017). Di negara maju, jumlah wirausaha mencapai 2% dari jumlah masyarakat, sedangkan di Indonesia baru memiliki 1,5% . Menurut Primandanu (2017) penduduk di Indonesia lebih memilih untuk menjadi pegawai daripada wirausaha. Hal ini dikarenakan masih rendahnya semangat masyarakat Indonesia dalam berwirausaha. Dampaknya adalah berkurangnya lapangan pekerjaan dan meningkatnya jumlah pengangguran, khususnya pengangguran intelektual.

Di negara berkembang seperti Indonesia harus mulai mendorong masyarakat untuk menjadi pengusaha sejak mereka muda. Untuk itu, pemerintah dan dunia akademis membutuhkan pengetahuan yang lebih banyak mengenai berbagai faktor yang bisa mempengaruhi niat berwirausaha dalam konteks budaya yang berbeda dengan negara maju (Ozarrali, 2016). Jumlah wirausaha yang masih sedikit di negara berkembang seperti Indonesia sangat erat hubungannya dengan rendahnya niat berwirausaha.

Tabel 1. Tingkat pengangguran terbuka berdasarkan tingkat pendidikan

Tingkat Pendidikan	Tingkat Pengangguran Terbuka		
	2019	2020	2021
Tidak/Belum pernah sekolah/ Belum Tamat & Tamat SD	2,39	3,61	3,61
SMP	4,72	6,46	6,45
SMA Umum	7,87	9,86	9,09
SMA Kejuruan	10,36	13,55	11,13
Diploma I/II/III	5,95	8,08	5,87
Universitas	5,64	7,35	8,98

Sumber: Survei Angkatan Kerja Nasional (Sakernas)

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa tingkat pengangguran pada pendidikan diploma dan sarjana terbilang cukup tinggi dibandingkan pendidikan SD dan SMP. Oleh karena itu, individu yang memiliki pendidikan tinggi seperti mahasiswa diharapkan bisa membuka lapangan pekerjaan sendiri sesuai dengan keahliannya.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penelitian ini untuk mengetahui hubungan semangat kewirausahaan, efikasi diri, dan niat berwirausaha dalam konteks mahasiswa milenial.

TINJAUAN PUSTAKA

Entrepreneurial Passion

Passion telah diidentifikasi sebagai atribut kognitif kritis seorang wirausaha yang berhubungan dengan kelangsungan, pertumbuhan dan kesuksesan bisnis (Mooradian *et al.*, 2016; Stenholm dan Renko 2016). *Entrepreneurial passion* atau semangat berwirausaha dikaitkan dengan konsep diri dan peran identitas. Penelitian lain menyatakan semangat berwirausaha adalah perasaan positif untuk melakukan aktivitas (Huyghe, *et al.*, 2016). Menurut Latham dan Pinder (2005)

perasaan positif mempengaruhi valensi, harapan dan instrumental. Mereka mengatakan bahwa emosi dan perasaan dapat mempengaruhi proses untuk mencapai beberapa tujuan.

Xie, *et al* (2016) mengatakan semangat berwirausaha merupakan emosi positif yang dapat meningkatkan kepercayaan diri untuk mengatasi masalah bisnis, menemukan peluang dan merangsang ide-ide mengenai praktik bisnis. *Entrepreneurial passion* atau semangat berwirausaha dapat membuat individu untuk meningkatkan keterampilan mereka, kemampuan yang berkaitan dengan wirausaha, sehingga akan meningkatkan efikasi diri berwirausaha.

Semangat berwirausaha merupakan faktor penting bagi niat berwirausaha. Banyak peneliti mengatakan pentingnya semangat dalam kegiatan kewirausahaan mereka (Cardon, et al, 2009). Beberapa studi menyatakan bahwa semangat berwirausaha memotivasi pengusaha untuk mengidentifikasi peluang dan menciptakan bisnis baru sehingga menjadi faktor pendorong (Murnieks, et al, 2014). Banyak penelitian menunjukkan bahwa semangat berwirausaha merupakan aspek penting dalam proses penciptaan bisnis (Cardon dan Kirk, 2015). Pentingnya semangat berwirausaha dalam membangun niat berwirausaha seringkali diabaikan dalam studi kewirausahaan, terutama di negara berkembang (Karimi, 2019).

Entrepreneurial passion dapat mendorong kreativitas dan kesadaran akan hal baru seperti model informasi yang dapat menemukan peluang baru (Baron, 2008). *Passion* berkaitan dengan kemampuan wirausaha untuk menarik investor dan merekrut karyawan (de Mol *et al*, 2019). Oleh karena itu, banyak dari akademis yang mengatakan bahwa semangat merupakan 'jantung' dalam berwirausaha (Cardon *et al.*, 2019). Terdapat tiga sifat kewirausahaan, yaitu (1) *Inventor* adalah seseorang yang mengidentifikasi, menciptakan, dan mengeksplorasi peluang baru; (2) *Founder* adalah seseorang yang tertarik untuk menciptakan bisnis untuk pasar dan menangkap peluang; (3) *Developer* adalah seseorang yang tertarik dengan kegiatan pengembangan dan perluasan perusahaan setelah berdiri. Perbedaan semangat berwirausaha tersebut akan mempengaruhi tujuan dan hasil bisnis (Anjum *et al.*, 2021a, b; Karimi, 2019).

Entrepreneurial Self Efficacy

Beberapa studi menunjukkan bahwa *self-efficacy* atau efikasi diri berpotensi untuk menghasilkan sesuatu seperti upaya mengidentifikasi peluang (Schmitt *et al.*, 2018), niat berwirausaha dan kemampuan untuk mengatasi masalah dalam menghadapi rintangan (Bandura, 1997). Menurut teori kognitif sosial, keyakinan efikasi diri memiliki banyak faktor dan diperkuat dengan empat cara, yaitu (1) Penguasaan; (2) *Role Modelling*; (3) Norma Subjektif; dan (4) Keadaan Fisiologis. Penguasaan aktif mengacu pada pengalaman penguasaan pribadi yang dibentuk oleh pencapaian kinerja, seperti memulai bisnis. Pengalaman berwirausaha mempengaruhi *entrepreneurial self-efficacy* seseorang karena menawarkan kesempatan untuk berulang kali terlibat dalam tugas dan mengembangkan kepercayaan pada kemampuan seseorang, sehingga berpotensi menghasilkan kinerja seseorang di masa depan.

Self-efficacy atau efikasi diri merupakan pendorong bagi individu untuk mencapai tujuannya (Sun, et al, 2014). Jadi, individu yang memiliki efikasi-diri berwirausaha memiliki keinginan untuk mencapai tujuan kewirausahaannya. Seseorang yang percaya bahwa mereka dapat mengendalikan bisnis baru cenderung mengembangkannya (Miao *et al.*, 2017; Ward *et al.*, 2019). Penelitian lain dari Neneh (2020) dan Nowinski *et al.* (2019) mengatakan bahwa *self-efficacy* merupakan keyakinan seseorang dalam melakukan tugas kewirausahaan untuk mencapai tujuan.

Dalborg dan Wincent (2014) menyatakan bahwa ada hubungan positif antara kewirausahaan dengan *entrepreneurial self-efficacy*. Selain itu efikasi diri juga menjadi mediator antara semangat wirausaha dan konsekuensi. Diantara karakter bisnis, beberapa penelitian menunjukkan bahwa orientasi strategis dan budaya organisasi berhubungan dengan *entrepreneurial self-efficacy*, karena variabel ini memberikan peluang untuk pembelajaran tidak langsung (Cooper et al, 2016). *Entrepreneurial self-efficacy* memiliki hubungan positif dalam peningkatan investasi dana pribadi, jam kerja, pengembangan bisnis baru, mendorong tujuan, dan komitmen sehingga berdampak pada kinerja organisasi (Trevelan, 2011; Cassar dan Friedman, 2009).

Menurut Brinckmann and Kim (2015) *entrepreneurial self-efficacy* dapat meningkatkan keyakinan untuk memperoleh manfaat dari rencana bisnis. Beberapa penelitian mengungkapkan hubungan yang kuat antara *entrepreneurial self-efficacy* pemilik bisnis dan kinerja bisnis, termasuk persepsi subjektif kinerja, inovasi dan pertumbuhan (McGee dan Peterson, 2017 ; Hallak *et al.*, 2011). Penelitian lain yang dilakukan oleh Neneh (2020) menunjukkan bahwa semangat berwirausaha dapat meningkatkan keterampilan, kemampuan, dan meningkatkan efikasi diri.

Entrepreneurial Intention

Niat adalah faktor motivasi yang dapat memprediksi perilaku (Linan & Fayolle, 2015). Niat merupakan indikator bagi individu seberapa keras mereka bersedia melakukan aktivitas, upaya merencanakan untuk memindahkan aktivitas sampai melakukan Latihan. *Entrepreneurial intention* menggambarkan seseorang untuk meniti karir sebagai wirausaha. Individu yang berencana untuk memperhitungkan resiko dengan tujuan, mengumpulkan uang yang dibutuhkan dan memulai usaha. Menurut Karabulut (2016) *entrepreneurial intention* harus dimulai dengan tindakan dan merupakan langkah pertama dalam membuat bisnis baru (De Clercq *et al.*, 2013).

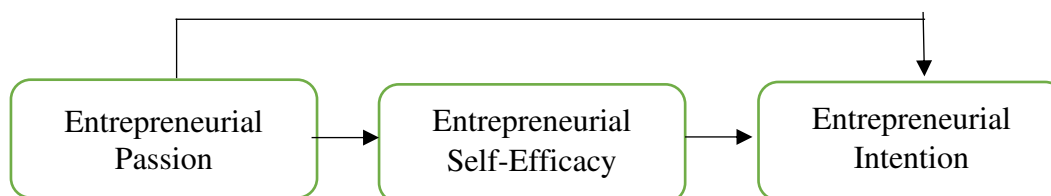
Entrepreneurial intention atau niat berwirausaha didefinisikan sebagai keadaan pikiran yang pada akhirnya memimpin individu menuju pembentukan konsep bisnis baru dan berkarir di bidang kewirausahaan. Niat berwirausaha memainkan peran penting untuk setiap keputusan yang diambil untuk memulai bisnis. Niat merupakan enteseden langsung

dari perilaku nyata, semakin kuat niat maka akan semakin besar perilaku nyata dalam berwirausaha (Hikkerovaa *et al.*, 2016).

Menurut Rantanen dan Toikko (2013) *entrepreneurial intention* atau niat berwirausaha merupakan keyakinan untuk menjadi wirausaha sebagai karirnya. Menurut Thompson (2009) *entrepreneurial intention* merupakan perencanaan untuk mendirikan bisnis baru. Lans, *et al* (2010) mengategorikan *entrepreneurial intention*, yaitu (1) *classical entrepreneurial intention*, yaitu niat untuk membangun bisnis; (2) *alternative entrepreneurial intention*, yaitu niat untuk menjalankan bisnis yang sudah ada; (3) *entrepreneurial intention*, yaitu niat menjadi wirausaha.

Penelitian lain menunjukkan bahwa niat berwirausaha dapat memprediksi persepsi individu mengenai profesi yang cocok. Niat berwirausaha dapat dianggap rendah jika persepsi individu juga rendah dan sebaliknya (Hsu *et al.*, 2019). Niat berwirausaha terjadi karena berbagai faktor, individu yang berasal dari latar belakang wirausaha biasanya optimis untuk menjadi wirausahawan sebagai karir (Zellweger *et al.*, 2011). Salah satu alasannya adalah karena kewirausahaan bisa menghasilkan kebutuhan seseorang (Wiklund *et al.*, 2017). Di lain sisi jika dilihat dari kebutuhan psikologi, mereka yang berada pada garis kemiskinan menjadi waspada terhadap peluang inovatif, sehingga mendorong mereka untuk menjadi pengusaha (Shantz *et al*, 2017).

Mereka yang memiliki niat berwirausaha biasanya siap menghadapi segala kemungkinan resiko yang ada. Banyak peneliti percaya bahwa pengusaha dapat belajar dari kegagalan, kegagalan yang ekstrem sebenarnya dapat menurunkan motivasi pengusaha untuk bergerak maju karena keadaan keuangan, biaya psikologi, dan persepsi negative dari masyarakat (Liu *et al.*, 2019). Perspektif lain menurut Cai dan Winters (2017) lulusan dari ilmu pengetahuan, teknologi, teknik atau matematika sebagian besar dibayar dengan baik dan mereka hanya menjadi pegawai, sehingga menghambat menjadi wiraswasta.



Gambar 1. Model Penelitian

Keterangan :

- H1 : *Entrepreneurial Passion* memiliki hubungan positif terhadap *Entrepreneurial Intention*
- H2 : *Entrepreneurial Self-Efficacy* memiliki hubungan positif terhadap *Entrepreneurial Intention*
- H3 : *Entrepreneurial Passion* memiliki hubungan positif terhadap *Entrepreneurial Self-Efficacy*
- H4 : *Entrepreneurial Self-Efficacy* mediasi hubungan antara *Entrepreneurial Passion* dan *Entrepreneurial Intention*.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan model persamaan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan pendekatan berdasarkan *variance* atau *componentbased structural equation modeling*. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah menggunakan kuisioner. Kuisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.. Kuisioner terdiri dari beberapa pernyataan dan menggunakan 5 skala likert (1 = sangat tidak setuju – 5 = sangat setuju). Populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah mahasiswa millennial. Sampel dalam penelitian ini melibatkan 103 responden untuk mengisi kuisioner diambil antara bulan Mei – Juni 2022. Menurut Hair, Anderson, Tatham, & Black, (2010) besarnya sampel bila terlalu besar akan menyulitkan untuk mendapat model yang cocok, dan disarankan ukuran sampel yang sesuai antara 100-200 responden agar dapat digunakan estimasi interpretasi dengan *Structural Equation Model* (SEM). Untuk itu jumlah sampel akan ditentukan berdasarkan hasil perhitungan sampel minimum, yaitu 103 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan-pertimbangan tertentu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini melibatkan 103 responden, setelah melakukan penyebaran kuisioner responden yang terkumpul sebanyak 103 responden dengan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia, Pendidikan dan pekerjaan yang dijabarkan pada tabel berikut:

Tabel 2. Karakteristik Responden

No	Karakteristik Responden	Jumlah Responden	Persentase
1	Jenis Kelamin		
	Pria	45	43,69%
	Wanita	58	56,31%
	Total	103	100,00%
2	Usia		
	< 20 tahun	33	32,04%
	20 – 24 tahun	68	66,02%
	25 – 30 tahun	2	1,94%
	Total	103	100,00%
3	Pendidikan		
	SD	0	0,00%
	SMP	1	0,97%
	SMA	37	35,92%
	D3	19	18,45%
	S1	41	39,81%
	Lain-lain	5	4,85%
	Total	103	100,00%
4	Pekerjaan		
	Pelajar/ Mahasiswa	86	83,50%
	Wiraswasta	4	3,88%
	PNS	1	0,97%
	Lain-lain	12	11,65%
	Total	103	100,00%

Sumber : Hasil Olah data penelitian, 2022

Uji Validitas

Uji Validitas berkaitan dengan pengujian yang dilakukan untuk mengetahui semua pernyataan (indikator) penelitian yang diajukan untuk mengukur variabel penelitian adalah valid.

Tabel 3. Pengujian Validitas untuk *Entrepreneurial Passion*

Indikator	Loading	Kesimpulan
EPP1	0,436	Valid
EPP2	0,841	Valid
EPP3	0,644	Valid
EPP4	0,796	Valid

Sumber: Data diolah SPSS 22

**Tabel 4. Pengujian Validitas untuk *Entrepreneurial Passion*
(Setelah pembuangan nilai *factor loading* < 0,55)**

Indikator	Loading	Kesimpulan
EPP2	0,820	Valid
EPP3	0,661	Valid
EPP4	0,858	Valid

Sumber: Data diolah SPSS 22

Berdasarkan tabel 2 diatas variabel *Entrepreneurial Passion(EPP)* memiliki 4 indikator. Dari ke-4 indikator tersebut ada beberapa indikator yang tidak memenuhi persyaratan dari *Hair's Factor Loadings* untuk 103 responden yakni sebesar 0,55. Indikator variabel dari *Entrepreneurial Passion(EPP)* yang tidak masuk ke dalam kriteria adalah sebagai berikut : EPP1, setelah dilakukan pembuangan pada indikator yang tidak memenuhi persyaratan dari nilai *factor loading* 0,55 maka hasil yang diperoleh baik dan sisa dari indikator EPP yang tidak dibuang semua memenuhi kriteria *Hair's Factor Loadings* untuk 103 responden yakni sebesar 0,55. Dengan demikian, berdasarkan tabel 3 diatas 3 indikator variabel *Entrepreneurial Passion(EPP)* yang dinyatakan valid.

Tabel 5. Pengujian Validitas untuk *Entrepreneurial Self-Efficacy*

Indikator	Loading	Kesimpulan
ESE1	0,567	Valid
ESE2	0,614	Valid
ESE3	0,750	Valid
ESE4	0,800	Valid
ESE5	0,816	Valid
ESE6	0,734	Valid
ESE7	0,720	Valid
ESE8	0,765	Valid
ESE9	0,712	Valid
ESE10	0,751	Valid
ESE11	0,783	Valid

Sumber: Data diolah SPSS 22

Variabel *Entrepreneurial Self-Efficacy (ESE)* memiliki 11 indikator. Dari ke-11 indikator tersebut semua mempunyai nilai *factor loadings* yang lebih besar dari 0,55 (Hair's Factor Loadings untuk 103 responden). Dengan demikian, 11 indikator tersebut dinyatakan valid.

Tabel 6. Pengujian Validitas untuk *Entrepreneurial Passion*

Indikator	Loading	Kesimpulan
EPP1	0,847	Valid
EPP2	0,855	Valid
EPP3	0,773	Valid
EPP4	0,805	Valid

Sumber: Data diolah SPSS 22

Variabel *Entrepreneurial Intention (EPI)* memiliki 4 indikator. Dari ke-4 indikator tersebut semua mempunyai nilai *factor loadings* yang lebih besar dari 0,55 (Hair's Factor Loadings untuk 103 responden). Dengan demikian, 4 indikator tersebut dinyatakan valid .

Uji Reliabilitas

Dasar pengambilan keputusan uji reabilitas dapat disimpulkan sebagai berikut:

Jika Cronbach's Alpha $\geq 0.6 \rightarrow$ Cronbach's Alpha *acceptable (construct reliable)*

Jika Cronbach's Alpha $< 0.6 \rightarrow$ Cronbach's Alpha *poor acceptable (construct unreliable)*

Tabel 7. Hasil Cronbach's Alpha Reliability

Konstruk	Items	Cronbach's Coefficient Alpha	Keputusan
<i>Entrepreneurial Passion</i>	4	0,613	<i>Reliable</i>
<i>Entrepreneurial Self-Efficacy</i>	11	0,912	<i>Reliable</i>
<i>Entrepreneurial</i>	4	0,837	<i>Reliable</i>

Sumber: Data diolah SPSS 22

Tabel 8. Hasil Cronbach's Alpha Reliability
(Setelah pembuangan nilai *factor loading* $< 0,55$)

Konstruk	Items	Cronbach's Coefficient Alpha	Keputusan
<i>Entrepreneurial Passion</i>	3	0,676	<i>Reliable</i>
<i>Entrepreneurial Self-Efficacy</i>	11	0,912	<i>Reliable</i>
<i>Entrepreneurial</i>	4	0,837	<i>Reliable</i>

Sumber: Data diolah SPSS 22

Berdasarkan tabel 7 diatas, hasil pengujian reliabilitas melihat koefisien *Cronbach's Alpha* untuk *Entrepreneurial Passion* dengan 4 item pertanyaan sebesar 0,613 $> 0,60$, keseluruhan konstruk yang digunakan dalam penelitian memenuhi kriteria reliabilitas. Berdasarkan table 4.6 setelah ada pembuangan nilai *factor loading* $< 0,5$ maka hasil Cronbach's Alpha dari ke-3 indikator tersebut juga memiliki nilai sebesar 0,676 dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,60. Oleh karena itu ke-3 indikator dari variabel *Entrepreneurial Passion (EPP)* dapat dipercaya (*reliable*). *Cronbach's Alpha* dari ke-11 indikator *Entrepreneurial Self-Efficacy (ESE)* memiliki nilai sebesar 0,912 dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,912.

Oleh karena itu ke-11 indikator dari variabel tersebut dapat dipercaya (*reliable*). *Cronbach's Alpha* dari ke-4 indikator *Entrepreneurial Intention (EPI)* tersebut juga memiliki nilai sebesar 0,837 dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,60. Oleh karena itu ke-4 indikator dari variabel tersebut dapat dipercaya (*reliable*).

Analisis Data

Uji Kesesuaian Model

Pengujian kesesuaian model (*goodness-of-fit-model*) dilakukan dengan melihat beberapa kriteria pengukuran, yaitu: *chi-square*, *Goodness-of-Fit Index (GFI)*, *Roat Mean Square Error of Aproximation (RMSEA)*, *Adjusted Goodness-of Fit Index (AGFI)*, *Turker Lewis-Index (TLI)*, *Comparative Fit Index (CFI)*, *Normed Chi-square (CMIN/df)*. Hasil pengukuran tingkat (*goodness-of-fit*) ditampilkan pada tabel di bawah ini:

Tabel 9. Hasil Uji Model Fit (*goodness-of-fit-model*)

Goodness of fit index	Hasil Perhitungan	Criteria (cut-off value)	Kesimpulan
X ² (Chi-square)	376,349	Diharapkan kecil	Poor Fit
Significance probability	0,000	≥ 0,05	Poor Fit
RMSEA	0,135	≤ 0,08	Poor Fit
NFI	0,684	≥ 0,90	Poor Fit
RFI	0,633	≥ 0,90	Poor Fit
IFI	0,769	≥ 0,90	Poor Fit
TLI	0,727	≥ 0,90	Poor Fit
CFI	0,764	≥ 0,90	Poor Fit
GFI	0,711	≥ 0,90	Poor Fit
AGFI	0,625	≤ GFI	Goodness of fit

Sumber: Data diolah AMOS 22

Dari hasil tabel 4.7 di atas dapat disimpulkan bahwa dengan berbagai pendekatan yang digunakan dalam pengujian *goodness of fit index* dapat disimpulkan bahwa model yang dihasilkan masuk dalam kriteria *goodness of fit* karena masih ada satu hasil uji GOF pada tabel GOF Index yang masuk ke dalam kriteria yakni pada kriteria **AGFI** dimana nilai ketentuannya adalah ≤ **GFI**. Jadi model yang digunakan dalam penelitian ini baik untuk melakukan pengujian selanjutnya.

Uji Hipotesa

Setelah dilakukan uji kesesuaian model, maka dapat dilakukan pengujian terhadap hipotesa dengan melihat hasil regresi pada pengolahan data dengan metode *Structural Equation Modeling (SEM)*. Metode ini dipilih karena terdapat variabel dependen (*endogeneous*) yang menjadi variabel independent (*exogenous*) untuk variabel yang lainnya.

Adapun dasar pengambilan keputusan uji hipotesa adalah dengan membandingkan besarnya *p-value* dengan *level of significant* sebesar 5% (α 0,05). Jika *p-value* < 0,05, maka H_0 ditolak, sedangkan jika *p-value* > 0,05, maka H_0 gagal untuk ditolak (diterima)

Tabel 10. Hasil Uji Hipotesa (*Direct*)

Variabel	Beta	Std. Error	Tstat	Sig	Keputusan
EPP → EPI	0,639	0,195	3,499	0,001	H ₁ diterima
ESE → EPI	0,685	0,256	2,679	0,007	H ₂ diterima
EPP → ESE	0,394	0,112	3,271	0,000	H ₃ diterima

Sumber: Data diolah AMOS 22

H1: *Entrepreneurial Passion* memiliki hubungan positif terhadap *Entrepreneurial Intention*

Entrepreneurial Passion memiliki nilai koefisien sebesar 0,639, artinya semakin tinggi persepsi *Entrepreneurial Passion* maka dapat menaikkan persepsi dari *Entrepreneurial Intention* yaitu sebesar 0,639 satuan.

H2: *Entrepreneurial Self-efficacy* memiliki hubungan positif terhadap *Entrepreneurial Intention*

Entrepreneurial Self-Efficacy memiliki nilai koefisien sebesar 0,685, artinya semakin tinggi persepsi *Entrepreneurial Self-Efficacy* maka dapat menaikkan persepsi dari *Entrepreneurial Intention* yaitu sebesar 0,585 satuan.

H3: *Entrepreneurial Passion* memiliki hubungan positif terhadap *Entrepreneurial Self-Efficacy*

Entrepreneurial Passion memiliki nilai koefisien sebesar 0,394, artinya semakin tinggi persepsi *Entrepreneurial Passion* maka dapat menaikkan persepsi dari *Entrepreneurial Self-Efficacy* yaitu sebesar 0,394 satuan.

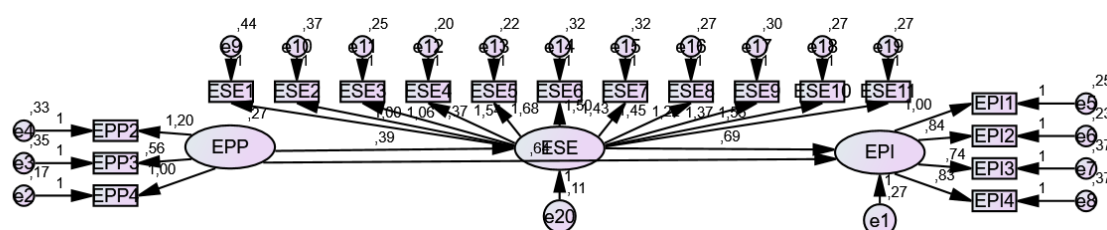
Tabel 11. Hasil Uji Hipotesa (Indirect Effect)

Hipotesa	Estimate	P-Value	Keterangan
Entrepreneurial Self-Efficacy memediasi hubungan antara Entrepreneurial Passion terhadap Entrepreneurial Intention (EPP → ESE → EPI)	0.270	0.038210	H ₄ Diterima (Alpha 5%)

Sumber: Data diolah AMOS 22

H₄: Entrepreneurial Self-Efficacy memediasi hubungan antara Entrepreneurial Passion terhadap Entrepreneurial Intention

Berdasarkan hasil pengujian statistik diketahui besarnya koefisien dari Entrepreneurial Passion memiliki hubungan terhadap Entrepreneurial Intention yang dimediasi oleh Entrepreneurial Self-Efficacy adalah sebesar 0,270 artinya semakin tinggi persepsi Entrepreneurial Self-Efficacy yang memediasi hubungan antara Entrepreneurial Passion maka semakin tinggi juga persepsi terhadap Entrepreneurial Intention sebesar 0,270 satuan.



Sumber: Data diolah AMOS 22

Gambar 3. Model Penelitian Structural Equation Modelling (SEM)

Pembahasan

Hubungan Entrepreneurial Passion dengan Entrepreneurial Intention

Hasil pengujian statistik menunjukkan hubungan *entrepreneurial passion* dengan *entrepreneurial intention*. Maka dapat disimpulkan bahwa H₁ diterima dan sejalan dengan penelitian Indyastuti *et al.* (2021) yang mengatakan terdapat pengaruh positif antara *entrepreneurial passion* dengan *entrepreneurial intention*. Hal ini didukung oleh penelitian lain yang mengatakan *entrepreneurial passion* membuat individu berniat untuk menciptakan ide dan wawasan kewirausahaan. Penelitian ini menemukan bahwa mahasiswa millennial memiliki semangat kewirausahaan. *Passion* adalah energi yang positif yang dapat mendorong individu berbuat sesuatu. *Entrepreneurial passion* memainkan peran penting dalam *entrepreneurial intention* dan merupakan pusat aktivitas kewirausahaan dan menciptakan bisnis (Biraglia dan Kadile, 2017; Schenkel, Farmer, dan Maslyn, 2019; Karimi, 2020; Cardon *et al.*, 2013).

Hubungan Entrepreneurial Self-efficacy dengan Entrepreneurial Intention

Hasil pengujian statistik menunjukkan hubungan *entrepreneurial self-efficacy* dengan *entrepreneurial intention*. Maka dapat disimpulkan bahwa H₂ diterima dan sejalan dengan penelitian Indyastuti *et al.* (2021) terdapat pengaruh positif yang signifikan antara *entrepreneurial self-efficacy* terhadap *entrepreneurial intention*. Banyak teori yang menyatakan bahwa *self-efficacy* mempengaruhi *entrepreneurial intention* (Chen *et al.*, 1998; Neneh, 2020, Li *et al.*, 2020). Hal ini didukung oleh Bandura (1997) yang mengatakan bahwa *self-efficacy* mempengaruhi bagaimana seorang individu akan bereaksi terhadap penetapan tujuan. Individu akan menerima penetapan tujuan ketika memiliki efikasi yang tinggi. Penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa millennial yang memiliki *entrepreneurial self-efficacy* tinggi akan berniat untuk mengembangkan bisnisnya, demikian sebaliknya.

Hubungan Entrepreneurial Passion dengan Entrepreneurial Self-Efficacy

Hasil pengujian statistik menunjukkan *entrepreneurial passion* dengan *entrepreneurial self-efficacy*. Maka dapat disimpulkan bahwa H₃ diterima dan sejalan dengan penelitian Indyastuti *et al.* (2021) bahwa terdapat pengaruh positif antara *entrepreneurial passion* terhadap *entrepreneurial self-efficacy*. *Entrepreneurial passion* membuat individu memiliki *entrepreneurial self-efficacy*. Emosi positif, semangat pekerjaan dapat mendorong individu untuk berpikir bahwa mereka dapat mengatasi dan melakukan pekerjaan tersebut. Penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa millennial yang berjiwa wirausaha mampu menghadapi, masalah, tantangan dan resiko menjalankan bisnis.

Entrepreneurial Self-Efficacy* memediasi hubungan antara *Entrepreneurial Passion* terhadap *Entrepreneurial Intention

Hasil pengujian statistik menunjukkan *Entrepreneurial Passion* memiliki pengaruh terhadap *Entrepreneurial Intention* yang dimediasi oleh *Entrepreneurial Self-Efficacy*. Maka dapat disimpulkan bahwa H4 diterima dan sejalan dengan penelitian Indiyastuti *et al.* (2021). *Entrepreneurial Self-Efficacy* merupakan mediator hubungan antara *Entrepreneurial Passion* dan *Entrepreneurial Intention*. Hasil ini sejalan dengan penelitian Neneh (2020) dan Li *et al.* (2020) yang menemukan bahwa *Entrepreneurial passion* mempengaruhi *Entrepreneurial self-efficacy* yang dapat meningkatkan *entrepreneurial self-efficacy intention*. Semakin tinggi *entrepreneurial passion* dan *intention*, maka akan semakin meningkatkan rasa percaya diri seseorang tersebut, sehingga *self efficacy* diyakini dapat memediasi semangat kewirausahaan. Variabel *self-efficacy* diharapkan mampu menjadikan total pengaruh terhadap kesiapan berwirausaha menjadi lebih besar.

PENUTUP

Berdasarkan hasil pengujian dan pembahasan yang telah dilakukan dapat ditarik beberapa kesimpulan, yaitu: (1) Terdapat hubungan *entrepreneurial passion* dengan *entrepreneurial intention*. Semakin tinggi semangat berwirausaha, maka semakin tinggi pula niat berwirausaha, sehingga mendorong mahasiswa millennial untuk menjadi wirausaha muda karena semangat berwirausaha adalah kunci sukses bisnis. (2) Terdapat hubungan *entrepreneurial self-efficacy* dengan *entrepreneurial intention*, efikasi diri yang tinggi akan memotivasi untuk niat mahasiswa millennial untuk menjadi wirausaha. (3) Terdapat hubungan *entrepreneurial passion* dengan *entrepreneurial self-efficacy*, sehingga semangat wirausaha yang tinggi akan menumbuhkan efikasi diri mahasiswa millennial. (4) *Entrepreneurial Passion* memiliki hubungan terhadap *entrepreneurial Intention* yang dimediasi oleh *entrepreneurial Self-Efficacy*. Wirausaha yang memiliki semangat tinggi didahului oleh efikasi diri yang dapat mendorong semangat berwirausaha dan niat berwirausaha.

Beberapa saran yang dapat diberikan, yaitu: (1) Pelaksanaan dan mengembangkan minat berwirausaha perlu untuk meningkatkan *self-efficacy* pada mahasiswa millennial melalui pelatihan kewirausahaan. (2) Upaya intensif pembinaan kelembagaan perlu untuk memperkuat jejaring komunikasi dan kerjasama antar mahasiswa millennial baik secara *online* atau *offline*. (3) Upaya memaksimalkan potensi generasi millennial perlu untuk meningkatkan kompetensi wirausaha, sehingga mampu berdaya saing

DAFTAR RUJUKAN

- Anjum, T., Farrukh, M., Heidler, P. and Tautiva, J.A.D. (2021a), “*Entrepreneurial intention: creativity , entrepreneurship , and university support*”, *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, Vol. 7 No. 1, pp. 1-13.
- Anjum, T., Heidler, P., Amoozegar, A. and Anees, R.T. (2021b), “*The impact of entrepreneurial passion on the entrepreneurial intention; moderating impact of perception of university support*”, *Administrative Sciences*, Vol. 11 No. 2, p. 45.
- Bandura, A. (1997). *Self-Efficacy: The Exercise of Control*. Freeman.
- Baron, R. A. (2008). The Role of Affect in the Entrepreneurial Process. *The Academy of Management Review*, 33 (2), 328-340. <https://doi.org/10.5465/amr.2008.31193166>.
- Brinckmann, J., Kim, S. 2015. Why We Plan: The Impact of Nascent Entrepreneurs’ Cognitive Characteristics and Human Capital on Business Planning. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 9(2), 153-166. <https://doi.org/10.1002/sej.1197>.
- Campos, H. M. (2017). Impact of entrepreneurial passion on entrepreneurial orientation with the mediating role of entrepreneurial alertness for technologybased firms in Mexico. *Journal of Small Business Enterprise Development*, 24(2), 353–374. <https://doi.org/10.1108/jsbed-10-2016-0166>
- Cardon, M. S., D. A. Gregoire, C. E. Stevens, & P. C. Patel. (2013). Measuring entrepreneurial passion: Conceptual foundations and scale validation. *Journal of Business Venturing*, 28 (3), 373–396. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jbusvent.2012.03.003>
- Cardon, M. & Kirk, C. (2013). Entrepreneurial passion as mediator of the self-efficacy to persistence relationship. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 39(5), 1027-1050. <https://doi.org/10.1111/etap.12089>.
- Cardon, M.S., Wincent, J., Singh, J., & Drnovsek, M. (2009). The nature and experience of entrepreneurial passion. *Academy of Management Review*, 34(3), 511–532. <https://doi.org/10.5465/amr.2009.40633190>.
- Cassar, G., & Friedman, H. (2009). Does Self-Efficacy Affect Entrepreneurial Investment? *Strategic Entrepreneurship Journal*, 3, 241–260. <https://doi.org/10.1002/sej.73>
- Chavez, D.N. & Guevara, R., (2020). Entrepreneurial passion and self-efficacy as factors explaining innovative behavior: A Mediation Model, *International Journal of Economics and Business Administration*, 8(3), 352-373. <https://doi.org/10.35808/ijeba/522>
- Cooper, D., Peake, W., Watson, W. 2016. Seizing Opportunities: The Moderating Role of Managerial Characteristics on the Relationship between Opportunity-Seeking and Innovation Efficacy in Small Businesses. *Journal of Small Business Management*, 54(4), 1038-1058. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12228>.

- Dalborg, C., Wincent, J. 2014. The idea is not enough: The role of self-efficacy in mediating the relationship between pull entrepreneurship and founder passion - a research note. *International Small Business Journal*, 33(8), 974-984. <https://doi.org/10.1177/0266242614543336>.
- De Mol, E., Cardon, M.S., de Jong, B., Khapova, S.N. and Elfring, T. (2019), “*Entrepreneurial passion diversity in new venture teams: an empirical examination of short- and long-term performance implications*”, *Journal of Business Venturing*, Elsevier, Vol. 35 No. 4, p. 105965.
- De Clercq, D., Honig, B. and Martin, B. (2013), “*The roles of learning orientation and passion for work in the formation of entrepreneurial intention*”, *International Small Business Journal*, Sage Publications Sage UK, London, England, Vol. 31 No. 6, pp. 652-676.
- Global Entrepreneurship Monitor (2019), *Global Entrepreneurship Monitor: Global Report 2018/2019*, Global Entrepreneurship Monitor, available at: <http://www.gemconsortium.org/report/50012>.
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (2010). *Multivariate Data Analysis 7th Edition*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Proksch, D., Sarstedt, M., Pinkwart, A., & Ringle, C. M. (2018). Addressing endogeneity in international marketing applications of partial least squares structural equation modeling. *Journal of International Marketing*. <https://doi.org/10.1509/jim.17.0151>
- Hallak, R., Lindsay, N.J., Brown, G. 2011. Examining the Role of Entrepreneurial Experience and Entrepreneurial Self-Efficacy on SMTE Performance. *Tourism Analysis*, 16(5), 583-599. <https://doi.org/10.3727/108354211x13202764960744>.
- Hsu, D. K., Burmeister-Lamp, K., Simmons, S. A., Foo, M. Der, Hong, M. C., & Pipes, J. D. (2019). “I know I can, but I don’t fit”: Perceived fit, self-efficacy, and entrepreneurial intention. *Journal of Business Venturing*, 34(2), 311–326. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2018.08.004>
- Hikkerovaa, L., Nyockllouga, S. and Sahut, J.-M. (2016), “The entrepreneurship process and the model of volition”, *Journal of Business Research*, Vol. 65 No. 5, pp. 1868-1873, doi: 10.1016/j.jbusres.2015.10.071.
- Huyghe, A., M. Knockaertb, and M. Obschonka. 2016. “Unraveling the “Passion Orchestra” in Academia.” *Journal of Business Venturing* 31: 344–364.
- Huyghe, A., M. Knockaertb, and M. Obschonka. 2016. “Unraveling the “Passion Orchestra” in Academia.” *Journal of Business Venturing* 31: 344–364.
- Huyghe, A., M. Knockaertb, and M. Obschonka. 2016. “Unraveling the “Passion Orchestra” in Academia.” *Journal of Business Venturing* 31: 344–364.
- Indyastuti, DL., Suwandari, Lusi., Fitrijadi, Rachmi Krishnoe. (2021.) The relationship between entrepreneurial passion, entrepreneurial self efficacy, and entrepreneurial intention in housewives context. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*. doi: <https://doi.org/10.25105/jmpj.v14i2.9715>
- [Jeraj](#) , Mitja and [Marič](#) Miha. (2013) Relation between Entrepreneurial Curiosity and Entrepreneurial Self-efficacy: a Multi-Country Empirical Validation. *Journal Of Management, Informatics and Human Resouces*. Volume & Issue: Volume 46 (2013) - Issue 6. doi: <https://doi.org/10.2478/orga-2013-0027>
- Karabulut, A.T. (2016), “*Personality traits on entrepreneurial intention*”, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, Vol. 229, pp. 12-21
- Karimi, S. (2019), “*The role of entrepreneurial passion in the formation of students’ entrepreneurial intentions*”, *Applied Economics*, Routledge, Vol. 52 No. 3, pp. 331-344.
- Lans, T., Gulikers, J., and Batterink, M. (2010). Moving beyond traditional measures of entrepreneurial intentions in a study amongst life-sciences’ students in the Netherlands. *Research in Post-Compulsory Education*, 15(3), 259-274
- Liñán, F., & Fayolle, A. (2015). A systematic literature review on entrepreneurial intentions: Citation, thematic analyses, and research agenda. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 11(4), 907–933. <https://doi.org/10.1007/s11365-015-0356-5>
- McGee, J., Peterson, M. 2017. The long-term impact of entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurial orientation on venture performance. *Journal of Small Business Management*. <http://dx.doi.org/10.1111/jsbm.12324>.
- Mooradian, T., Matzler, K., Uzelac, B., Bauer, F. 2016. Perspiration and inspiration: grit and innovativeness as antecedents of entrepreneurial success. *Journal of Economic Psychology*, 56, 232-243. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2016.08.001>.
- Neneh, BN (2020). Entrepreneurial passion & entrepreneurial intention: The role of social support and entrepreneurial self-efficacy. *Studies in Higher Education*. <https://doi.org/10.1080/03075079.2020.1770716>
- Neneh, B. N. (2019). From entrepreneurial intentions to behavior: The role of anticipated regret and proactive personality. *Journal of Vocational Behavior*, 112, 311–324. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2019.04.005>
- Nowinski, W., Haddoud, M. Y., Lanearie, D., Egerova, D., & Czeglédi, C. (2019). The impact of entrepreneurship education, entrepreneurial self-efficacy and gender on entrepreneurial intentions of university students in the Visegrad countries. *Studies in Higher Education*, 44, 361–379. <https://doi.org/10.1080/03075079.2017.1365359>.

- Miao, C., Qian, S., & Ma, D. (2017). The relationship between entrepreneurial self-efficacy and firm performance: A meta-analysis of main and moderator effects. *Journal of Small Business Management*, 55 (1), 87-107. <http://dx.doi.org/10.1111/jsbm.12240>.
- Ozarrali, N., & Rivenburgh, N. (2016). Entrepreneurial Intention: Antecedence to Entrepreneurial Behavior in the USA and Turkey. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 6(3). <https://doi.org/10.1186/s40497-016-0047-x>
- Ozarrali, N., & Rivenburgh, N. (2016). Entrepreneurial Intention: Antecedence to Entrepreneurial Behavior in the USA and Turkey. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 6(3). <https://doi.org/10.1186/s40497-016-0047-x>
- Ozarrali, N., & Rivenburgh, N. (2016). Entrepreneurial Intention: Antecedence to Entrepreneurial Behavior in the USA and Turkey. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 6(3). <https://doi.org/10.1186/s40497-016-0047-x>
- Rantanen, T. & Toikko, T. (2013). Social values, societal entrepreneurship attitudes and entrepreneurial intention of young people in the Finnish welfare state. *Poznan University of Economics Review*, 13(1), 7-25.
- Roy, R., Akhtar, F., & Das, N. (2017). Entrepreneurial intention among science & technology students in India: Extending the theory of planned behavior. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 13(4), 1013–1041. <https://doi.org/10.1007/s11365-017-0434-y>
- Shantz, A., Alfes, K., Truss, C., & Soane, E. (2013). The role of employee engagement in the relationship between job design and task performance, citizenship, and deviant behaviors. *International Journal of Human Resource Management*. <https://doi.org/10.1080/09585192.2012.744334>
- Stenholm, P., Renko, M. 2016. Passionate bricoleurs and new venture survival. *Journal of Business Venturing*, 31(5), 595-611. <https://doi.org/10.1016/j.busvent.2016.05.004>.
- Santos, S. C., & Cardon, M. S. (2019). What's love got to do with it? Team entrepreneurial passion and performance in new venture teams. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 43(3), 475–504. <https://doi.org/10.1177/1042258718812185>
- Schmitt, A., Rosing, K., Zhang, S. and Leatherbee, M. (2018), “A dynamic model of entrepreneurial uncertainty and business opportunity identification: exploration as a mediator and entrepreneurial self-efficacy as a moderator”, *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 42 No. 6, pp. 835-859.
- Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Thompson, E.R. (2009) Individual Entrepreneurial Intent: Construct Clarification and Development of an Internationally Reliable Metric. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33, 669-694. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00321.x>
- Wiklund, J., Yu, W., Tucker, R., Marino, L. D. (2017). ADHD, impulsivity and entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 32(6), 627–656. [doi:10.1016/j.jbusvent.2017.07.002](https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2017.07.002)
- Zellweger, T, Sieger, P, Halter, F. (2011). Should I stay or should I go? Career choice intentions of students with family business background. *Journal of Business Venturing*, 26(5), 521–536
- Xie, Y., Chen, X., & Ye, D. (2016). Does entrepreneurial passion contribute to entrepreneurial success? *Management Review*, 28(11), 170–181. Retrieved from http://journal05.magtech.org.cn/jweb_glp/EN/Y2016/V28/I11/170
- Ward, D.M., Esposito, M.C.K. (2019). Virtual Reality in Transition Program for Adults with Autism: Self-Efficacy, Confidence, and Interview Skills. *Contemp School Psychol* 23, 423–431. <https://doi.org/10.1007/s40688-018-0195-9>