

**PENGARUH SIKAP, NORMA SUBYEKTIF, KONTROL PERILAKU  
YANG DIRASAKAN, DAN ORIENTASI PERAN *GENDER* TERHADAP  
INTENSI BERWIRAUSAHA DI KALANGAN MAHASISWA  
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS TARUMANAGARA**

Sammy Agusta Santoso, Sarwo Edy Handoyo

Program Studi Sarjana Manajemen, Fakultas Ekonomi

Universitas Tarumanagara, Jakarta

*E-mail:* [sammyptrk@yahoo.com](mailto:sammyptrk@yahoo.com)

***Abstract:***

*The purpose of this research is to know and analyze the influence of attitude variable, subjective norm, perceived behavior control, and gender role orientation to entrepreneurship intention to student of Economic Faculty Tarumanagara University. The population of this research is the students of the Faculty of Economics Tarumanagara University who ever or are taking entrepreneurship courses. Sampling method was done by questionnaire method by distributing questionnaires to 100 students of Faculty of Economics Tarumanagara University. The analysis technique used is classical assumption test, multiple regression analysis, coefficient of determination test, F test and t test. The result of partial hypothesis testing shows that attitude, subjective norm, perceived behavior control, and gender role orientation have positive influence to entrepreneur interest of Faculty of Economics student of Tarumanagara University.*

***Keywords:*** Attitude (AT), Subjective Norms (SB), Perceived Behavioral Control (PBC), gender-role orientation (GRO), Entrepreneurial Intentio (EI)

**Abstrak:**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh dari variabel sikap, norma subyektif, kontrol perilaku yang dirasakan, dan orientasi peran *gender* terhadap intensi berwirausaha pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara yang pernah atau sedang mengambil mata kuliah kewirausahaan. Metode pengambilan sampel dilakukan dengan metode kuesioner dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara. Teknik analisis yang digunakan adalah uji asumsi klasik, analisis regresi ganda, uji koefisien determinasi, Uji F dan Uji t . Hasil pengujian hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa sikap, norma subyektif, kontrol perilaku yang dirasakan, dan orientasi peran *gender* mempunyai pengaruh positif terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara.

**Kata Kunci:** Sikap (AT), Norma Subyektif (SN), Kontrol Perilaku yang dirasakan (PBC), Orientasi Peran *Gender* (GRO)

## Latar Belakang

Pada Minimnya jumlah lapangan pekerjaan yang tersedia saat ini menyebabkan peningkatan jumlah pengangguran yang ada di Indonesia. Selain karena adanya ketidakseimbangan antara jumlah lapangan pekerjaan yang tersedia dengan jumlah angkatan kerja yang ada, peningkatan ini juga dipengaruhi oleh faktor lain seperti masalah kepadatan penduduk yang ada, kurangnya ketrampilan individu sehingga kalah bersaing, dan juga tingkat pendidikan yang masih rendah. Di Indonesia, menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS) jumlah angkatan kerja pada bulan Februari adalah sekitar 133,94 juta orang ([www.bps.go.id](http://www.bps.go.id), di akses tanggal 20 Februari 2018). Selain itu Indonesia juga sedang menghadapi masalah keterbatasan kesempatan bekerja bagi para lulusan perguruan tinggi yang semakin meningkatkan jumlah pengangguran intelektual. Kondisi yang sudah dihadapi ini akan semakin memperburuk juga dikarenakan dengan adanya situasi persaingan global seperti pemberlakuan Masyarakat Ekonomi ASEAN/MEA yang akan mempertemukan lulusan perguruan tinggi Indonesia dengan pesaing secara bebas dari lulusan perguruan tinggi asing.

Sekarang ini kita masih menghadapi kenyataan bahwa jumlah pengusaha di Indonesia masih sangat minim dan ironisnya peningkatan jumlah pengangguran justru semakin didominasi oleh pengangguran yang terdidik. Hal ini mengindikasikan bahwa lulusan perguruan tinggi adalah lebih sebagai pencari kerja (*job seeker*) dari pada pencipta lapangan pekerjaan (*job creator*). Oleh karena itu tingginya tingkat angkatan kerja di Indonesia disebabkan karena adanya ketergantungan antara individu dengan pemerintah. Individu lebih memilih untuk bekerja pada perusahaan milik pemerintah ataupun swasta dibandingkan berusaha secara mandiri atau berwirausaha.

Kewirausahaan itu pada umumnya diartikan sebagai suatu cara berpikir, menelaah, dan bertindak yang didasarkan pada peluang bisnis, pendekatan holistik, dan kepemimpinan yang seimbang (Timmons *et al.*, 2004). Pada umumnya, wirausahawan akan menggunakan kecerdikannya untuk memanfaatkan berbagai sumberdaya yang ada dan juga terbatas. Hal ini menunjukkan pentingnya intensi berwirausaha karena intensi ini akan memainkan peranan yang sangat penting dalam mengambil keputusan seseorang untuk mendirikan usaha atau perusahaan baru (Linan dan Chen, 2009:595). Namun kenyataannya, sebagian besar lulusan perguruan tinggi di Indonesia tetap memilih menjadi karyawan dari pada membuat suatu usaha dan menciptakan lapangan pekerjaan yang baru. Secara konsensus sebuah negara agar bisa maju, idealnya jika memiliki wirausahawan sebanyak 5% dari total penduduknya. Minimnya jumlah wirausahawan di Indonesia disebabkan banyak sarjana tidak memiliki sikap yang jelas akan diri mereka.

Niat / intensi yang merupakan suatu dasar untuk berwirausaha di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi Jakarta ini terbilang masih kurang. Niat seseorang yang diimbangi dengan keyakinan terhadap dirinya akan berdampak baik terhadap lahirnya wirausaha baru. Intensi ini dapat didukung dengan *theory of planned behavior (TPB)* (Ajzen, 1991). Teori ini menjelaskan bahwa perilaku seseorang (*behavior*) dipengaruhi oleh niat berperilaku (*intention to behavior*), sedangkan niat berperilaku dipengaruhi oleh sikap (*attitude*), norma subyektif (*subjective norm*). Penggunaan teori perilaku tidak dapat dipisahkan dari aspek motivasi berwirausaha atau intensi berwirausaha (*entrepreneurial intention*), artinya

kewirausahaan dapat dipelajari atau dikuasai, serta dapat menjadi pilihan karir bagi lulusan perguruan tinggi, apabila memang dalam diri mahasiswa tersebut ada niat dan motivasi untuk menjadi seorang wirausaha (*entrepreneur*).

Berdasarkan gambaran mengenai permasalahan di atas, peneliti tertarik untuk membahas lebih dalam mengenai intensi berwirausaha (*entrepreneurial intention*) yang dimiliki oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara karena umumnya mereka memiliki pengetahuan dalam bidang kewirausahaan dan setelah menyelesaikan akademi tentunya mereka akan mencari penghasilan dengan berbagai cara salah satunya berwirausaha. Dalam berwirausaha, intensi memainkan peranan penting karena intensi merupakan langkah awal untuk memulai sesuatu yang baru.

Oleh karena itu, Penelitian ini diberi judul **“Pengaruh Sikap, Norma Subyektif, Kontrol Perilaku yang dirasakan, dan Orientasi Peran Gender terhadap Intensi Berwirausaha di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara ”**.

## Kajian Teori

Menurut Ajzen (1991) sikap (*attitude*) adalah *“attitude toward the behavior refers to the degree to which a person has a favorable or unfavorable evaluation or appraisal of the behavior in question”*.

Menurut Eagly dan Chaiken (1993) sikap (*attitude*) adalah *“attitude is a psychological tendency of a certain party which has evaluative traits, either beneficial or not, towards certain behaviors, which encompass the cognitive aspects (career match, opinion rationality), the affective aspects (interest, hope for satisfaction) and the conative aspects (behavioral tendency)”*.

Dari beberapa pengertian atau pernyataan di atas, maka dapat di ambil kesimpulan bahwa pengertian dari sikap (*attitude*) adalah suatu sikap dan penilaian yang bersifat evaluatif tentang positif (menguntungkan) atau negatif (merugikan) terhadap suatu tindakan yang akan dilakukan terutama untuk menjadi seorang pengusaha. Sehingga peranan sikap (*attitude*) memiliki peranan yang sangat berpengaruh signifikan juga terhadap intensi berwirausaha.

Menurut Nilsson, Borgstede, dan Biel (2004) norma subyektif (*subjective norm*) adalah *“subjective norm is a construct which explains a person’s belief to refer to the influence of the other parties in behaving in certain way and being motivated to fulfill certain reference”*.

Berdasarkan beberapa pengertian atau pernyataan di atas, dapat disimpulkan bahwa norma subyektif (*subjective norm*) adalah suatu persepsi seseorang yang berdasarkan dari pengaruh orang-orang terdekat (keluarga dan atau teman dekat) atau persepsi terhadap sejauh mana lingkungan sosial yang cukup berpengaruh untuk melakukan atau tidak melakukan, setuju atau tidak setuju terhadap suatu tindakan yang akan dilakukan, sehingga bisa menjadi suatu motivasi ataupun tidak bagi orang tersebut (contohnya untuk menjadi wirausaha).

Menurut Rachmawan, Lizard an Mangundjaya (2015) kontrol perilaku yang dirasakan (*perceived behavioral control*) adalah *“perceived behavioral control is defined as the perception of the ease or difficulty of becoming an entrepreneur”*.

Menurut Ajzen (2002) kontrol perilaku yang dirasakan (*perceived behavioral control*) adalah “*perceived behavioral control explains one’s perception toward several factors that give both ease and difficulty in the actualization of a certain behavior*”.

Berdasarkan beberapa pengertian atau pernyataan di atas kontrol perilaku yang dirasakan (*perceived behavioral control*) dapat disimpulkan sebagai suatu persepsi individu terhadap suatu tingkat kesulitan atau kemudahan bagi dirinya untuk menjadi seorang wirausaha.

Menurut Zielonka *et al.*, (2013) orientasi peran *gender* adalah “*In terms of the gender differences, it can be seen that men are more concerned to achieve wealth, financial security and life than women*”.

Menurut Zielonka *et.al.* (2013) orientasi peran *gender* (*gender-role orientation*) adalah “*Based on gender differences, the study found men valued an entrepreneurial career more as a means to achieve wealth and having a challenging job*”.

Menurut Eagly dan Steffen (1984) orientasi peran *gender* (*gender-role orientation*) adalah “*Stemming from gender stereotypes are gender-role, which constitute the legitimate social functions for both sexes*”.

Dari beberapa pengertian atau pernyataan di atas dapat disimpulkan jika orientasi peran *gender* adalah sebuah elemen atau variabel yang dapat mempengaruhi karir kewirausahaan seseorang, dan terdapat perhatian yang berbeda antara laki-laki dengan perempuan tentang kewirausahaan.

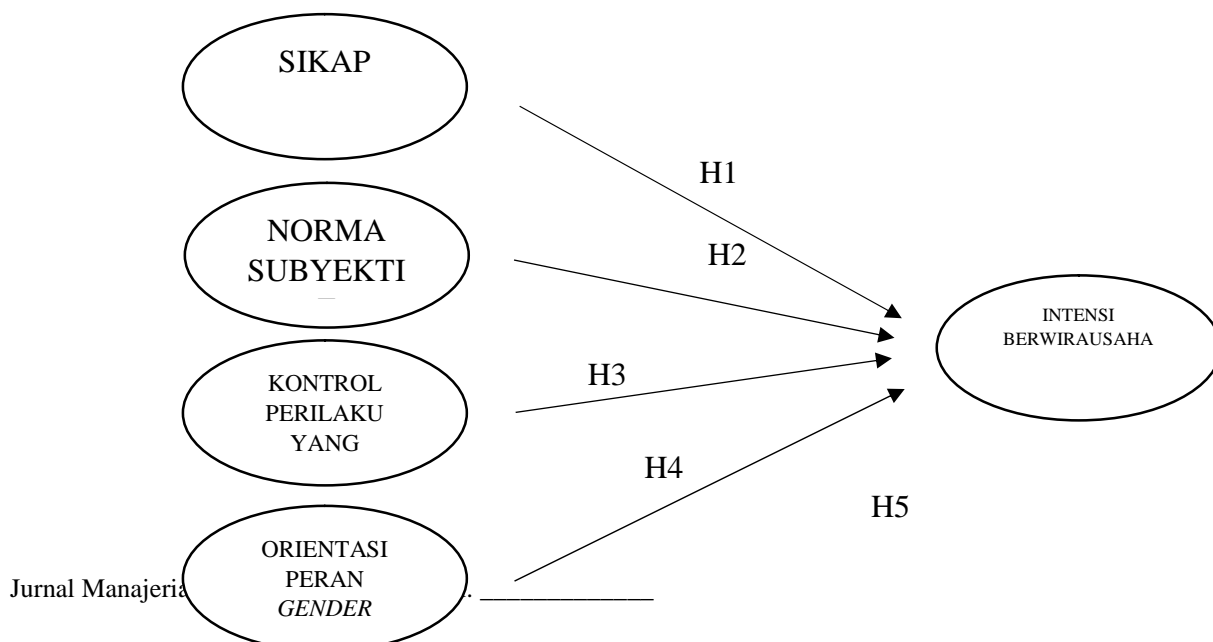
peneliti.

Menurut Drennan, *et al.*, (2005) ; Krueger, N.F. dan Carsrud, A.L. (1993); Souitaris *et al* (2007) intensi berwirausaha (*entrepreneurial intention*) adalah “*entrepreneurial intention can be defined as the involvement in or the intention of an individual to start a business venture*”.

Menurut Bird (1998); Hamidi *et al* (2008) intensi berwirausaha (*entrepreneurial intention*) adalah “*entrepreneurial intention has been describe as a concious state of mind that directs attention and therefore experience and action towards a specific object or pathway to achieve it*”.

Dari beberapa beberapa pengertian atau pernyataan di atas, maka dapat disimpulkan pengertian dari intensi berwirausaha (*entrepreneurial intention*) adalah suatu kesadaran dan niat seseorang yang secara langsung dapat mempengaruhi orang tersebut untuk melakukan suatu usaha bisnis.

Berdasarkan uraian tersebut maka terbentuk kerangka pemikiran dan hipotesis. Model kerangka pemikiran dan hipotesis diuraikan sebagai berikut:



## Gambar 1 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan kerangka pemikiran tersebut maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

- H1: Sikap (*attitude*) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap intensi berwirausaha (*entrepreneurial intention*).
- H2: Norma subyektif (*subjective norm*) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap intensi berwirausaha (*entrepreneurial intention*).
- H3: Kontrol perilaku yang dirasakan (*perceived behavior control*) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap intensi berwirausaha (*entrepreneurial intention*).
- H4: Orientasi peran *gender* (*gender-role orientation*) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap intensi berwirausaha (*entrepreneurial intention*).

### Metodologi

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah metode *nonprobability sampling*. Sugiyono (2012:95), mengemukakan bahwa *nonprobability sampling* adalah suatu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik pemilihan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *snowball sampling*, dimana peneliti akan memilih sampel untuk menyebarkan kuesioner lalu melalui sampel tersebut akan disebar lagi kuesioner kepada kerabat sampel yang memenuhi syarat penelitian hingga jumlah sampel dapat terkumpul. Analisis yang dilakukan di dalam penelitian ini bersifat kuantitatif dan seluruh data yang telah terkumpul diolah dan dianalisis dengan menggunakan program SPSS (*Statistical Product and Service Solution 20.00 for windows*). Oleh karena itu, dalam pengujian analisis tersebut akan dilakukan uji asumsi klasik

### Hasil Uji Statistik

Berdasarkan hasil uji deskriptif yang dilakukan, maka dari 100 responden yang mengisi kuesioner sebagian besar berjenis kelamin pria (50 responden atau 50%) dan bejenis kelamin wanita (50 responden atau 50%)

Uji validitas yang dilakukan menunjukkan bahwa seluruh variabel dinyatakan valid yang dapat dilihat dari nilai *Cronbach Alpha* > 0.2 pada kolom *corrected item – total correlation* (Aritonang, 2007). Sementara uji reliabilitas yang dilakukan juga menunjukkan bahwa seluruh variabel dinyatakan reliabel karena hasil koefisien *Cronbach Alpha* > 0.7 (Aritonang, 2007).

Uji Asumsi Klasik. Uji asumsi klasik dilakukan sebelum dilakukan pengujian hipotesis. Pengujian pertama pada Uji asumsi klasik, yaitu Uji Multikolinieritas yang menunjukkan seluruh pengujian dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas karena seluruh nilai VIF < 10 (Sekaran & Bougie, 2013:319). Kedua yaitu Uji Heteroskedastisitas, untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan pengujian *glejser* yang menunjukkan bahwa seluruh pengujian dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas karena seluruh nilai signifikansi variabel independen diatas 0.05 (Ghozali, 2011). Ketiga yaitu, Uji Normalitas, analisis ini menggunakan pengujian statistik non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) dengan memperhatikan nilai signifikansi (Ghozali, 2011). Hasil pengujian menunjukkan nilai signifikansi diatas 0.05 sehingga model regresi berdistribusi normal.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka peneliti mencoba memberikan pokok-pokok secara keseluruhan. Hasil analisis regresi berganda, dapat disimpulkan persamaan model reresi yaitu:

$$Y' = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4$$

Berikut adalah hasil dari analisis regresi ganda pengaruh *attitude, subjective norm, perceived behavioral control*, orientasi peran *gender* terhadap intesi berwirausaha secara parsial:

**Tabel 1**

**Hasil Analisis Regresi Ganda Sikap, Norma Subyektif, Kontrol Perilaku yang Dirasakan, Orientasi Peran *Gender*, terhadap Intensi Berwirausaha**

<i>Model</i>	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>
	<i>B</i>	<i>Std.Error</i>	<i>Beta</i>		
<i>constant</i>	-1.338	0.386		-3.462	0.001
Sikap	0.362	0.092	0.267	3.917	0.000
Norma Subyektif	0.352	0.096	0.282	3.687	0.000
Kontrol Perilaku yang dirasakan	0.332	0.100	0.296	3.329	0.001
Orientasi	0.199	0.090	0.169	2.213	0.029

Peran Gender					
--------------	--	--	--	--	--

Sumber: Hasil Pengelolaan Data SPSS 20.00

Berdasarkan Tabel 1 diperoleh hasil persamaan regresi ganda sebagai berikut:

$$Y' = -1.338 + 0.362AT + 0.352SN + 0.332PBC + 0.199GRO$$

Penjelasan dari persamaan di atas adalah sebagai berikut:

Jika semua variabel sikap (*attitude*), norma subyektif (*subjective norm*), kontrol perilaku yang dirasakan (*perceived behavioural control*), orientasi peran gender (*gender-role orientation*) (X1, X2, X3, dan X4) = 0 maka Y' intensi berwirausaha (*entrepreneurial intention*) sebesar -1.338.

Jika terjadi perubahan pada variabel sikap (*attitude*) (X1) sebesar satu satuan dan variabel lainnya dianggap konstan, maka Y' intensi berwirausaha (*entrepreneurial intention*) akan mengalami perubahan kenaikan sebesar 0.362. Koefisien tersebut memiliki nilai positif, dan berpengaruh signifikan antara sikap (*attitude*) dengan intensi berwirausaha (*entrepreneurial intention*).

Jika terjadi perubahan pada variabel norma subyektif (*subjective norm*) (X2) sebesar satu satuan dan variabel lainnya dianggap konstan, maka Y' intensi berwirausaha (*entrepreneurial intention*) akan mengalami perubahan kenaikan sebesar 0.352. Koefisien tersebut memiliki nilai positif, dan berpengaruh signifikan antara norma subyektif (*subjective norm*) dengan intensi berwirausaha (*entrepreneurial intention*).

Jika terjadi perubahan pada variabel kontrol perilaku yang dirasakan (*perceived behavioural control*) (X3) sebesar satu satuan dan variabel lainnya dianggap konstan, maka Y' intensi berwirausaha (*entrepreneurial intention*) akan mengalami perubahan kenaikan sebesar 0.332. Koefisien tersebut memiliki nilai positif, dan berpengaruh signifikan antara kontrol perilaku yang dirasakan (*perceived behavioural control*) dengan intensi berwirausaha (*entrepreneurial intention*).

Jika terjadi perubahan pada variabel orientasi peran gender (*gender-role orientation*) (X4) sebesar satu satuan dan variabel lainnya dianggap konstan, maka Y' intensi berwirausaha (*entrepreneurial intention*) akan mengalami perubahan kenaikan sebesar 0.199. Koefisien tersebut memiliki nilai positif, dan berpengaruh signifikan antara orientasi peran gender (*gender-role orientation*) dengan intensi berwirausaha (*entrepreneurial intention*).

Uji t (parsial) adalah uji yang digunakan untuk menguji keterkaitan secara individu antara variabel bebas dan terikat. Apabila nilai signifikansi < 0.05 maka antar variabel dikatakan berpengaruh, sedangkan nilai signifikansi > 0.05 tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas dan terikat. Masing-masing variabel bebas memiliki nilai signifikansi < 0.05 dengan nilai signifikan sikap sebesar 0.000, norma subyektif sebesar 0.000, kontrol perilaku yang dirasakan sebesar 0.001 dan orientasi peran gender 0.029. Sehingga seluruh variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikat (H<sub>1</sub>, H<sub>2</sub>, H<sub>3</sub>, dan H<sub>4</sub>)

Uji Anova. Uji ini harus memiliki variabel dependen yang merupakan parametrik (diukur dengan skala interval atau rasio). Pentingnya efek keseluruhan diuji dengan uji F dimana uji F digunakan untuk menguji hipotesis nol yang merupakan koefisien determinasi dalam populasi. Hipotesis diterima jika nilai signifikansi < 0.05 dan ditolak jika nilai signifikan > 0.05. Hasil yang diperoleh sebagai berikut:

Berikut adalah hasil dari analisis regresi ganda pengaruh *brand association*, *brand loyalty*, *brand awareness* dan *brand image* terhadap *brand equity* secara bersamaan:

Tabel 2

Hasil Uji F (ANOVA) Regresi Ganda Sikap, Norma Subyektif, Kontrol Perilaku yang Dirasakan, Orientasi Peran Gender, terhadap Intensi Berwirausaha

<b>Model</b>	<b>Sum Of Squares</b>	<b>Df</b>	<b>Means Square</b>	<b>F</b>	<b>Sig</b>
<i>Regression</i>	72.401	4	18.100	95.050	0.000
<i>Residual</i>	18.091	95	190		
Total	90.491	99			

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 20.00

Dari tabel di atas ditunjukkan nilai signifikansi  $< 0.05$ , maka terdapat pengaruh yang signifikan secara bersamaan dari variabel *attitude, subjective norm, perceived behavioral control*, orientasi peran *gender* terhadap intensi berwirausaha ( $H_5$ ).

Untuk mengetahui korelasi variabel-variabel independen terhadap variabel dependen, maka dilakukan Uji Korelasi Ganda (R). Dalam penelitian ini menunjukkan nilai R sebesar 0.792, yang menunjukkan hubungan variabel independen dan variabel dependen. Kemudian Uji Koefisien Determinasi (*Adj. R-Square*) yang digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan variabel bebas secara serentak terhadap variabel terikat. Hasil yang didapat menunjukkan angka 0.208 yang berarti variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen sebesar 20.8% dan sisanya 79.2% dapat dijelaskan oleh variabel lain.

## Diskusi

Sikap (*attitude*) berpengaruh secara signifikan terhadap intensi berwirausaha (*entrepreneurial intention*). Semakin baik atau positif sikap seseorang dalam menanggapi setiap permasalahan yang ada. Maka dengan itu juga akan berpengaruh secara signifikan terhadap intensi dalam berwirausaha (*entrepreneurial intention*).

Norma subyektif (*subjective norm*) berpengaruh secara signifikan terhadap intensi berwirausaha (*entrepreneurial intention*). Dengan kondisi lingkungan sekitar yang mendukung. Semakin besar dukungan maka akan semakin signifikan atau semakin berpengaruh terhadap intensi berwirausaha (*entrepreneurial intention*).

Kontrol perilaku yang dirasakan (*perceived behavior control*) berpengaruh secara signifikan terhadap intensi berwirausaha (*entrepreneurial intention*). Perilaku dan kegiatan sehari-hari yang baik akan mendukung proses meningkatnya intensi berwirausaha (*entrepreneurial intention*).

Orientasi peran *gender* (*gender-role orientation*) berpengaruh secara signifikan terhadap intensi berwirausaha (*entrepreneurial intention*). Dengan memahami kekurangan dan kelebihan terhadap diri sendiri dan juga mengasah terus menerus kelebihan dari masing-masing pribadi akan mempengaruhi dengan signifikan terhadap intensi berwirausaha (*entrepreneurial intention*).

## Penutup

Berdasarkan seluruh hasil pengujian hipotesis dalam penelitian ini, maka diketahui bahwa *attitude, subjective norm, perceived behavioral control*, orientasi peran *gender* berpengaruh terhadap intensi berwirausaha. Keterbatasan dalam penelitian ini hanya difokuskan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Tarumanagara.

Beberapa saran dari peneliti adalah sebagai berikut:



1. Sikap (*attitude*) berpengaruh secara signifikan terhadap intensi berwirausaha (*entrepreneurial intention*), maka disarankan agar mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara bisa meningkatkan penilaian positif tentang menjadi seorang wirausaha dengan cara melihat dan mengambil nilai-nilai positif dari memulai menjadi wirausaha (*entrepreneur*). Dengan adanya peningkatan nilai positif tersebut, maka akan meningkat pula intensi seseorang untuk berwirausaha dan juga berani dalam mengambil keputusan. Karena ia yakin bahwa menjadi seorang wirausaha akan memberikan dampak positif baginya.
2. Norma subyektif (*subjective norm*) berpengaruh secara signifikan terhadap intensi berwirausaha (*entrepreneurial intention*), maka disarankan agar teman, kerabat dan keluarga maupun lingkungan sekitar terus mendukung dalam berbagai hal yang positif yang berguna untuk meningkatkan keinginan untuk menjadi seorang wirausaha.
3. Kontrol perilaku yang dirasakan (*perceived behavior control*) berpengaruh secara signifikan terhadap intensi berwirausaha (*entrepreneurial intention*), maka disarankan agar mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara memiliki perilaku maupun aktivitas yang positif dalam sehari-harinya sehingga akan mendukung dan menaikkan intensi berwirausaha mereka.
4. Orientasi peran *gender* (*gender-role orientation*) berpengaruh secara signifikan terhadap intensi berwirausaha (*entrepreneurial intention*), maka disarankan agar para mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara terus meningkatkan nilai-nilai yang ada dalam diri masing-masing terutama dalam mengelolah kelebihan dan kekurangan pada orientasi peran *gender* (*gender-role orientation*).
5. Untuk peneliti lain disarankan agar memperluas jangkauan pengambilan sampel dan wilayah atau area yang akan diteliti, sehingga dapat memperkuat dan melengkapi penelitian sebelumnya.

## Daftar Pustaka

- Ajzen, I. (1991). The Theory of planned behaviour. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, Vol. 50 No.2, pp. 179-211.
- Ajzen, I. (2001). Nature and Operation of Attitudes. *Annual Review of Psychology*, Vol. 52, pp. 21-58.
- Ajzen, I. (2002). Perceived Behavioural Control, Self-Efficacy, Locus of Control, and the Theory of Planned Behaviour. *Journal of Applied Social Psychology*, Vol. 32, pp. 665-683.
- Ajzen, I. and Fishbein, M. (2005), "The influence of attitudes on behavior", in Albarracín, D., Johnson, B.T. and Zanna, M.P. (Eds), *The Handbook of Attitudes*, Erlbaum, Mahwah, NJ, pp. 173-221.
- Akerlof, G. A., & Kranton, R. E. (2000). Economics and identity. *Quarterly Journal of Economics*, Vol. 115 No.3, pp. 715-753.
- Aprilianty. (2012). Pengaruh Kepribadian Wirausaha, Pengetahuan Kewirausahaan, dan Lingkungan Terhadap Minat Berwirausaha Siswa SMK. *Jurnal Pendidikan Vokasi*, Vol 2, Nomor 3. pp. 312
- Azwar, Saifudin. 2012. *Penyusunan Skala Psikologi*. Pustaka Pelajar Offset, Yogyakarta.
- Aritonang, R. L. (2007). *Riset Pemasaran : teori dan praktik*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

- Bandura, & Albert. (1997). *Self-efficacy : The exercise of control*. New York: Freeman.
- Bem, S. (1974). The measurement of psychological androgyny. *Journal of Constalting and Clinical Psychology*, Vol. 42 No.2, pp. 155-162.
- Bem, S. (1981). Gender schema theory: a cognitive account of sex typing. *Psychology Review*, Vol. 88 No.2, pp. 354-364.
- Bem, S. (1993). *The Lenses of Gender: Transforming the devate on sexual Inequality*, Yale University Press. New Haven: CT.
- Bird, B. J. (1989). *Entrepreneurial Behaviour*. Secoot Foreman: Glenview: IL.
- Boyd, N. G., & Volzikis, G. S. (1994). The influence of self-efficacy on the development of entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 18 No. 4, pp. 63-77.
- Buetel, A. M., & Marini, M. M. (1995). Gender and values. *American Sociological Review*, Vol. 60 No. 3, pp. 436-448.
- Carr, J. C., & Sequeira, J. M. (2007). Prior family business exposure as intergenerational influence and entrepreneurial intent: a theory of planned behavior approach. *Journal of Business Reserach*, Vol. 60 No. 10, pp. 1090-1098.
- Chen, C., Green , R., & Crick, A. (1998). The Self-Efficacy Expectations and Occupational Preferences of Females and Males. *Journal of Business Venturing*, Vol.13 No.4, pp. 295-316.
- Constantinople, A. (1973). Masculinity-Femininty: an exception to a famous dictum? *Psychology Bulletin*, Vol. 80 No. 5, pp. 389.
- Cromie, S. (2000). Assessing entrepreneurial inclinations: some approaches and empirical evidence. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, Vol. 9 No.1, pp. 7-20.
- Drennan, J., Kennedy, J., & Renfrow, P. (2005). Impact of childhood experiences on the development of entrepreneurial intention. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, Vol.6 No.4, pp. 231-238.
- Duwi Priyatno, (2010). Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian dengan SPSS dan Tanya Jawab Ujian Pendaran. Gaya Media, Yogyakarta.
- Eagly, A. H., & Chaiken, S. (1993). *The Psychology of Attitudes*. Fort Worth: Harcourt Brace Javanovich.
- Eagly, A. H., & Steffen, V. J. (1984). Gender stereotype sem form the distribution of women and men into social roles. *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 46 No. 4, pp. 735-754.
- Ferreira, Raposo, Rodrigues, Dinis, & Paco. (2012). A Model of Entrepreneurial Intention; An Application of The Psychological and Behavioural Approach. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, Vol. 19, pp. 424-440.

Fisbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behaviour: An Introduction to Theory and Research Reading*. MA: Addison Wesley.

Gebel, M., Halbfass, S., Bürger, S., & Lorz, C. (2013). Long-term simulation of effects of energy crop cultivation on nitrogen leaching and surface water quality in Saxony/Germany. *Regional environmental change*, 13(2), 249–261.

Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM 20*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, Imam. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20*. Semarang: Badan Penerbit – Universitas Diponegoro.

Grupta, V., Turban, D. B., Wasti, S. A., & Sikdar, A. (2009). The role of gender stereotypes in perceptions of entrepreneurs and intentions to become an entrepreneur. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, Vol. 33 No.2, pp. 397-417.

Gurbuz, G. & Aykol, S. (2008), Entrepreneurial Intentions of Young Educated Public in Turkey. *Journal of Global Strategic Management*, 4(1): pp. 47-56

Hamidi, D., Wennberg, K., & Berglund, H. (2008). Creativity in entrepreneurship education. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, Vol. 15 No. 2, pp. 304-320.

Hessels, J., van Gelderen, M. and Thurik, R. (2008), “Entrepreneurial aspirations, motivations, and their drivers”, *Small Business Economics*, Vol. 31 No. 3, pp. 323-39.

Johnson, B.R. (1990), “Toward a multidimensional model of entrepreneurship: the case of achievement motivation and the entrepreneur”, *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 14 No. 3, pp. 39-54.

Katsurada, E., & Sugihara, Y. (2002). Gender-role identity, attitudes toward marriage, and gender-segregated school backgrounds. *Sex Roles*, Vol. 47, pp. 249-258.

Kolvereid, L. (1996), “Prediction of employment status choice intentions”, *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 21 No. 1, pp. 47-56.

Kristiansen, S., & Indarti, N. (2004). Entrepreneurial intention among Indonesian and Norwegian students. *Journal of Enterprising Culture*, Vol. 12 No. 1, pp. 55-78.

Krueger, N. F., & Carsrud, A. L. (1993), Entrepreneurial intentions: Applying the theory of planned behavior, *Entrepreneurship & Regional Development*, 5(3), pp. 315-33.

Linan, F., Rodriguez-Cohard, J. C., & Rueda-Cantuche, J. M. (2011). Factors affecting entrepreneurial intention levels: a role for education. *International Entrepreneurship and Management Journal*, Vol. 7 No.2, pp. 195-218.

Linan, F. & Chen, Y. (2009). Development and Cross-Cultural Application of a Specific Instrument to measure Entrepreneurial Intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3) pp: 593-617.

Lo Choi Tung (2011) The Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Intention of Engineering Students. University of Hongkong. April 2011. pp.79.

Malhotra, N. K. (2015). *Essential of Marketing Research*. England: Person Education.

Ma, Q. F., Huang, X. J., Zhang, L. J., & Chen, Y. (2006). Evaluation and diagnosis of trouble on the development of regional agricultural recycling economy-A case study of 13 cities in Jiangu Province. *Journal- Nanjing Agricultural University*, 29(2), 108.

Moya Morales, M. C. (1993). categorias de genero: consecuencias cognitivas sobre la identidad. *Revista de Psychlogia Social*, Vol. 8 No.2, pp. 155-162.

Muthmainah, & Cholil. (2015). Analysis of Attitude, Experience, Subjective Norm and Behavioural Control on Entrepreneurial Intention and Behaviour: A Case Study Toward The Pawners of Sharia Pawnshop of Surakarta Branch Officer. *International Journal of Information, Business and Management*, Vol. 7, pp. 63-76.

Nilsson, A., Borgstede, C. V., & Biel, A. (2004). Willingness to accept climate change strategy: The effect values and norms. *Journal of Enviromental Psychology*, Vol.24, pp. 267-277.

Quintana, Anna Perez (2015). The Influence of Sex and Gender-Role Orientation in the Decision to become an Entrepreneur. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*.

Rachmawan, Lizar, & Mangundjaya. (2015). The Role of Parent's Influence and Self-Efficacy on Entrepreneurial Intention. *Journal of Developing Areas*, Vol. 49, pp. 417-430.

Rhodes, R. E., & Courneva, K. S. (2003). Investigating Multiple Components of Attitude, Subjective Norms Perceived Control: An Examation the theory of planned Behavioural in the Exercise Domian. *British Journal of Social Psychology*, Vol. 23, pp. 129-146.

Roxas, B. G., Cavoca, R., & De Jesus, R. M. (2008). Entrepreneurial Knowledge and its Effects on Entrepreneurial Intentions: Development of a Conceptual Framework. *Asia-Pasific Social Science Review*, Vol. 8 No. 2, pp. 61-77.

Rahayu,Novadjaja, dan Indrawati, (2011). Intensi Berwirausaha Pada Mahasiswa Baru. *Jurnal Aplikasi Manajemen*.

Sarwoko, Endi. (2011). "Kajian Empiris Entrepreneur Intention Mahasiswa." *Jurnal Ekonomi Bisnis* (Vol. 16, No. 2). pp. 129-130

Sekaran, Uma (2003), *Research Methods For Business: A Skill Building Aproach*, New York-USA: John Wiley and Sons, In

Sekaran, U., & Bougie, R. (2013). *Research Methods for Business sixth edition*. Italy: Printer Trento Srl.

Simpson, J. A., & Gangestad, S. W. (1991). Individual differences in sociosexuality: evidence for convergent and discriminant validity. *Journal of personality and social psychology*, 60(6), 870.

Solesvik. (2013). Entrepreneurial Motivations and Intentions. *Investigating The Role of Education Major*, Vol. 55, pp. 253-271.

Souitaris, V., Zerbinati, S., & Al-Laham, A. (2007). Do entrepreneurship programmes raise entrepreneurial intention of science and engineering student? The effect of learning inspiration and resources. *Journal of Business Venturing*, Vol. 22, pp. 556-591.

Spence, J. T., & Buckner, C. E. (2000). Instrumental and expressive traits, trait stereotypes, and sexist attitudes: what do they signify? *Psychology of Women Quarterly*, Vol. 24 No. 1, pp. 44-53.

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung : Alfabeta

Susanto, S. (2015). *Pengelolaan Data Statistik di Era Informasi SPSS 20*. Elex Media Komputindo.

Timmons, J. A. (2004). Opportunity recognition. *The portable MBA in entrepreneurship*, 3, 29-70.

Watson, J., & Newby, R. (2005). Biological sex, stereotypical sex-roles, and SME owner characteristics. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, Vol. 11 No.2, pp. 129-143.

Wijaya, T. (2008). Hubungan adversity intelligence dengan intensi berwirausaha (studi empiris pada siswa SMKN 7 Yogyakarta). *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 9(2), 117-127

Wise, S., & Stanley, L. 1987. *Georgie Porgie: Sexual Harassment in Everyday Life*. London: Pandora.

Wilson, F., Kickul, J., & Marlino, D. (2007). Gender, Entrepreneurial Self-Efficacy, and Entrepreneurial Career Intentions: Implications for Entrepreneurship Education 1. *Entrepreneurship theory and practice*, 31(3), 387-406.

Verheul, Thurik, Hessels, and Zwan (2010). Factors Influencing the Entrepreneurial Engagement of Opportunity and Necessity Entrepreneurs. *Scientific Analysis of Entrepreneurial and SMEs*.

Zhao, H., Seibet, S. E., & Hills, G. E. (2005). The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions. *Journal of Applied Psychology*, Vol. 60 No.10, pp. 1265-1272.

Zimmerer, Thomas, W., Scarborough, & Norman, M. (2008). *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management*. New Jersey: Pearson Education Inc.

**Sammy Agusta Santoso: Pengaruh Sikap, Norma Subyektif, Kontrol Perilaku...**

[www.bps.go.id](http://www.bps.go.id) diakses tanggal 20 Februari 2018.