

Pengaruh Dukungan Pendidikan, Dukungan Relasi, Dan Kepercayaan Diri Terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa

Jesica Destiana dan Franky Selamat

Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara, Jakarta

Email: jesica.115150085@stu.untar.ac.id

Abstract: *The purpose of this research is to examine whether: 1) educational support can affect entrepreneurial intention, 2) relational support can affect entrepreneurial intention, 3) self-confidence can affect entrepreneurial intention. Sample was selected using nonprobability sampling method amounted to 100 respondents of university students in Indonesia. Data were measured by Likert scale and analyzed with processing techniques using SmartPLS 3.0 program. The result of this study shows that 1) educational support positively had affect on entrepreneurial intention, 2) relational support positively had affect on entrepreneurial intention and, 3) self-confidence positively had affect on entrepreneurial intention. Several recommendations for research are presented based on conclusions and suggestions on the results of this study.*

Keywords: *Education Support, Relational Support, Self-confidence, and Entrepreneurial Intention.*

Abstrak: Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji apakah: 1) dukungan pendidikan dapat mempengaruhi intensi berwirausaha, 2) dukungan relasi dapat mempengaruhi intensi berwirausaha, 3) kepercayaan diri dapat mempengaruhi intensi berwirausaha. Sampel dipilih menggunakan teknik *nonprobability sampling* dengan jumlah 100 responden mahasiswa di Indonesia. Data diukur dengan skala Likert dan dianalisis dengan teknik proses yang menggunakan program *SmartPLS 3.0*. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) dukungan pendidikan berpengaruh positif terhadap intensi berwirausaha, 2) dukungan relasi berpengaruh positif terhadap intensi berwirausaha, dan 3) kepercayaan diri berpengaruh positif terhadap intensi berwirausaha. Beberapa rekomendasi untuk penelitian disajikan berdasarkan kesimpulan dan saran mengenai hasil penelitian ini.

Kata kunci: Dukungan Pendidikan, Dukungan Relasi, Kepercayaan Diri, dan Intensi Berwirausaha.

LATAR BELAKANG

Kewirausahaan telah menjadi salah satu topik yang paling banyak dibahas di Indonesia maupun dunia karena memiliki peran yang sangat berpengaruh dalam pertumbuhan ekonomi dan dapat meningkatkan standar kehidupan di suatu negara. Salah satu penyebab pertumbuhan ekonomi dapat meningkat tidak lepas dari peran para wirausaha. Seorang wirausaha sering disebut sebagai *job creator*, yaitu seseorang yang menyediakan lapangan kerja untuk para pencari kerja. Namun, masih banyak orang-orang yang cenderung lebih memilih menjadi *job seeker* dibanding menjadi *job creator* (Kusmintarti *et al.*, 2017) sehingga seiring dengan pertumbuhan penduduk, telah menyebabkan banyaknya para pencari kerja yang mayoritas

merupakan lulusan sarjana sangat kesulitan untuk mencari pekerjaan. Oleh karena itu, salah satu cara yang dapat mengurangi pengangguran adalah dengan berwirausaha dan menciptakan bisnis sendiri. Berdasarkan data terbaru dari (*Global Entrepreneurship Monitor, 2018*), jumlah wirausaha di Indonesia yang telah memiliki bisnis yang terbilang mapan berada di angka 10,4 persen dari total jumlah penduduk sebesar 257,6 juta orang. Dengan angka tersebut, intensi berwirausaha mahasiswa harus terus diperkuat untuk memperluas jumlah wirausaha muda terdidik di negara ini (Kusmintarti *et al.*, 2017).

(Zimmerer, 2002) menegaskan bahwa salah satu faktor pendorong pertumbuhan kewirausahaan di suatu negara terletak pada peranan universitas melalui penyelenggaraan pendidikan kewirausahaan. Adanya dukungan pendidikan yang efektif bisa menjadi faktor motivasi yang mendorong mahasiswa untuk menumbuhkan intensi berwirausaha mereka (Gelaidan dan Abdullateef, 2017). (Henderson dan Robertson, 2000) juga menunjukkan bahwa dukungan relasi adalah faktor lain yang mempengaruhi pilihan karir seseorang. Dukungan sentimental dan moneter dari relasi akan membuat seseorang terdorong untuk memilih karir sebagai wirausaha (Yurtkoru *et al.*, 2014). Selain itu, kepercayaan diri juga dapat mempengaruhi intensi berwirausaha karena dapat membuat seseorang berhasil untuk melakukan tugas-tugas tertentu seperti mengidentifikasi peluang bisnis baru, menciptakan produk baru, berpikir kreatif, dan menciptakan ide atau pengembangan baru (Izquierdo dan Buelens, 2008).

KAJIAN TEORI

Teori yang menjadi dasar dari penelitian ini adalah *Theory of Planned Behavior* (TPB). (Ajzen dan Cote, 2008) menganggap TPB sebagai kerangka yang paling kuat dan luas untuk mengatasi perilaku manusia. Dalam TPB, intensi atau perilaku manusia dipengaruhi oleh sikap dan keyakinan mereka. (Ajzen, 1991) menyatakan bahwa intensi diasumsikan untuk menangkap faktor motivasi yang mempengaruhi sebuah perilaku. Faktor motivasi tersebut adalah indikasi dari seberapa keras seseorang mau mencoba dan seberapa besar upaya yang mereka rencanakan untuk melakukan perilaku itu sendiri. Semakin kuat intensi untuk terlibat dalam sebuah perilaku maka semakin kuat pula kemungkinan terhadap kinerja perilakunya. Teori ini secara luas digunakan untuk memprediksi dan menjelaskan berbagai macam perilaku dan intensi seseorang (Ambad dan Damit, 2016).

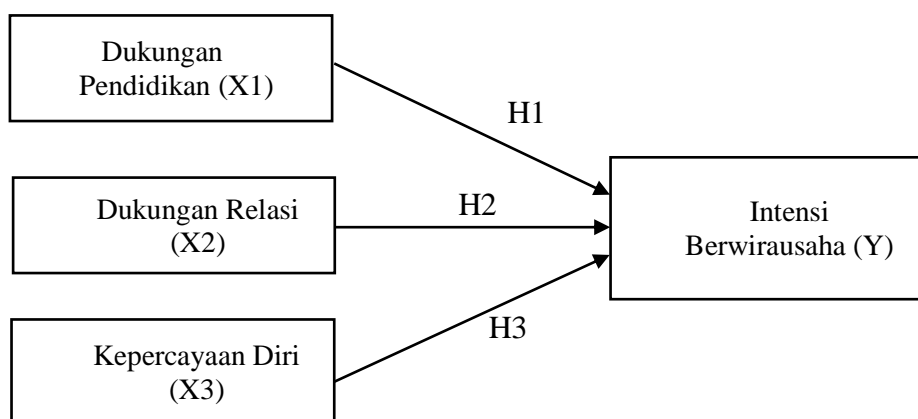
(Linan, 2004) menyatakan, pendidikan kewirausahaan didefinisikan sebagai seluruh rangkaian kegiatan pendidikan dan pelatihan “dalam sistem pendidikan atau tidak” yang mencoba mengembangkan intensi individu untuk melakukan perilaku kewirausahaan. (Luthje dan Franke, 2003) dalam penelitiannya telah menemukan bahwa pendidikan kewirausahaan dan dukungan pendidikan dari universitas memiliki dampak positif pada intensi kewirausahaan dan juga mengungkapkan bahwa kurangnya pendidikan kewirausahaan mengarah pada rendahnya tingkat intensi kewirausahaan mahasiswa.

Menurut (Yurtkoru *et al.*, 2014), dukungan relasi disebut hampir sama dengan norma subjektif karena melibatkan keluarga dan teman. (Baron dan Bryne, 2003) mengemukakan bahwa norma subjektif adalah persepsi individu tentang apakah orang lain akan mendukung atau tidak terwujudnya tindakan tersebut. (Sesen, 2013) dalam penelitiannya telah membuktikan bahwa jaringan sosial dalam bentuk dukungan keluarga dan teman bersamaan dengan *self-efficacy* dan *locus of control* mempengaruhi intensi berwirausaha pada mahasiswa.

(Twibell *et al.*, 2008) menyatakan, “*Self-confidence has been defined as the human feeling of trust in his or her qualities, abilities and judgment.*” Dari pernyataan tersebut, kepercayaan diri didefinisikan sebagai rasa percaya pada manusia atas kualitas, kemampuan, dan penilaiannya. Penelitian yang dilakukan oleh (Turker *et al.*, 2005) telah menemukan bahwa

dua faktor internal yaitu motivasi dan kepercayaan diri merupakan faktor yang berpengaruh secara signifikan terhadap intensi berwirausaha. Seseorang yang memiliki kepercayaan diri yang tinggi dapat meningkatkan keinginan mereka untuk membuat sebuah bisnis serta tidak akan ragu dalam menjalani setiap proses dan tantangan kewirausahaan yang ada.

Berdasarkan kajian teori yang ada, model kerangka pemikiran intensi berwirausaha pada mahasiswa disajikan secara visual pada Gambar 1 di bawah ini:



Dari model kerangka pemikiran di atas, hipotesis yang dihasilkan adalah sebagai berikut:

- H1: Dukungan pendidikan memiliki pengaruh yang positif terhadap intensi berwirausaha.
- H2: Dukungan relasi memiliki pengaruh yang positif terhadap intensi berwirausaha.
- H3: Kepercayaan diri memiliki pengaruh yang positif terhadap intensi berwirausaha.

METODOLOGI

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan desain penelitian deskriptif karena memuat informasi penelitian sebelumnya dengan variabel yang sama dan hipotesis dalam penelitian ini sudah dapat dirumuskan. Populasi yang dijadikan sebagai subjek penelitian ini adalah mahasiswa/i aktif S1 (Sarjana) di Indonesia. Metode pengambilan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode *nonprobability sampling* dengan *convenience sampling* sebagai teknik pemilihan sampelnya. *Convenience sampling* mengacu pada kemudahan pengumpulan informasi dari anggota populasi yang bersedia untuk memberikan informasi tersebut (Sekaran dan Bougie, 2013). (Sekaran dan Bougie, 2013) juga mengemukakan bahwa ukuran sampel yang lebih besar dari 30 dan kurang dari 500 adalah jumlah yang tepat untuk kebanyakan penelitian. Penelitian ini mengambil sampel sebanyak 100 responden dengan kriteria yaitu merupakan mahasiswa/i aktif S1 (Sarjana) di Indonesia yang telah menempuh mata kuliah kewirausahaan.

Berdasarkan data yang didapat dari 100 (100%) responden, sebanyak 83 (83%) responden berjenis kelamin wanita dan 17 (17%) responden berjenis kelamin pria. Kemudian, mayoritas responden berdomisili di Jakarta, yaitu sebesar 16 (16%) diikuti dengan Surabaya sebanyak 13 (13%) responden dan Medan sebanyak 9 (9%) responden. Selain itu, sebanyak 19 (19%) responden berasal dari kota lain di Indonesia seperti Blitar, Mataram, Semarang, dan Batam. Setiap responden berasal dari berbagai fakultas yang berbeda seperti Fakultas Ekonomi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi, dan lain-lain. Penelitian ini menerapkan penggunaan skala Likert sebagai pemberian skor dari setiap indikator dan penyebaran kuesioner dilakukan secara *online* melalui internet dengan menggunakan *google form*. Menurut (Burns dan Bush, 2014) skala Likert menjelaskan intensitas seberapa setuju atau tidaknya

responden terhadap butir-butir pernyataan yang dapat dilihat dari lima poin skala yang ada (sangat tidak setuju – sangat setuju).

HASIL UJI STATISTIK

(Hair *et al.*, 2011; Henseler *et al.*, 2009) menyatakan bahwa uji validitas dapat dilakukan dengan cara mengevaluasi *convergent validity* dan *discriminant validity* dalam model penelitian tersebut. *Convergent validity* diuji dengan menggunakan *loading factor* dari setiap indikator dan *average extracted variance* (AVE) dari setiap variabel.

Tabel 1. Hasil Nilai *Average Variance Extracted* (AVE)

Variabel	<i>Average Extracted Variance</i> (AVE)
Dukungan Pendidikan	0,570
Dukungan Relasi	0,826
Kepercayaan Diri	0,611
Intensi Berwirausaha	0,562

Hasil dari AVE menunjukkan nilai sebesar 0,570 untuk variabel dukungan pendidikan, 0,826 untuk variabel dukungan relasi, 0,611 untuk variabel kepercayaan diri, dan 0,562 untuk variabel intensi berwirausaha. Hasil ini menunjukkan bahwa setiap variabel di atas telah memenuhi kriteria dengan nilai AVE yang lebih besar dari 0,5 (Hair *et al.*, 2011). Selanjutnya, suatu indikator dinyatakan valid jika mempunyai *loading factor* di atas 0.7 terhadap konstruk yang dituju, apabila dalam sebuah model penelitian terdapat indikator yang memiliki nilai *loading factor* di bawah 0,7, maka indikator tersebut harus dihilangkan (Henseler *et al.*, 2009).

Terdapat beberapa indikator yang tidak memenuhi kriteria *loading factor* sehingga indikator-indikator tersebut harus dihapuskan.

Tabel 2. Hasil Nilai *Loading Factor*

	Indikator	<i>Loading Factor</i>
DP1	Pendidikan kewirausahaan di universitas mendorong saya untuk mengembangkan ide-ide kreatif untuk menjadi seorang wirausaha.	0,825
DP2	Universitas saya memberikan pengetahuan penting tentang kewirausahaan.	0,742
DP3	Universitas saya mengembangkan keterampilan dan kemampuan berwirausaha saya.	0,712
DP4	Universitas saya menyediakan preferensi (pilihan) yang diperlukan untuk menjadi seorang wirausaha.	0,736
DR1	Jika saya memutuskan untuk menjadi seorang wirausaha, anggota keluarga saya akan mendukung saya.	0,895
DR2	Jika saya memutuskan untuk menjadi seorang wirausaha, teman-teman saya akan mendukung saya.	0,923
IB1	Saya siap melakukan apa saja untuk menjadi seorang wirausaha.	0,74
IB2	Tujuan saya adalah menjadi seorang wirausaha.	0,735
IB3	Saya akan melakukan segala upaya untuk memulai dan menjalankan bisnis saya sendiri.	0,784
IB4	Saya bertekad untuk membuat sebuah bisnis di masa depan.	0,738
KD4	Saya lebih suka menjalankan sebuah bisnis daripada menjadi karyawan di perusahaan besar.	0,822
KD5	Saya percaya memiliki bisnis sendiri dapat menarik investor.	0,706
KD6	Saya percaya memiliki bisnis sendiri dapat membantu menjelaskan visi saya.	0,839
KD7	Saya percaya memiliki bisnis sendiri akan membantu saya untuk mengatasi tantangan yang tidak terduga	0,752

Sumber: Pengolahan Data *SmartPLS* 3.0

Berdasarkan hasil dari Tabel 2, telah menunjukkan bahwa seluruh indikator memiliki nilai *loading factor* di atas 0,6 di mana telah memenuhi syarat *convergent validity* (Hair *et al.*, 2011), sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel yang ada dalam penelitian ini telah memenuhi kriteria *convergent validity*. Dalam pengujian *discriminant validity*, nilai *Fornell-Larcker* yang dimiliki oleh masing-masing variabel pada penelitian ini memenuhi kriteria karena nilai akar kuadrat AVE lebih besar daripada korelasi antar konstruk serta nilai *cross-loadings* masing-masing indikator setiap variabel lebih besar dari nilai *cross-loadings* variabel lainnya.

Berdasarkan hasil analisis *convergent validity* maupun *discriminant validity*, maka dapat disimpulkan bahwa variabel dan indikator yang digunakan dalam penelitian ini valid.

Tabel 3. Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha's</i>	<i>Composite Realibility</i>
Dukungan Pendidikan	0,749	0,901
Dukungan Relasi	0,791	0,905
Kepercayaan Diri	0,786	0,862
Intensi Berwirausaha	0,746	0,837

Sumber: Pengolahan Data *SmartPLS* 3.0

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas pada tabel 3, diketahui bahwa variabel di atas memiliki nilai *cronbach's alpha* dan *composite realibility* di atas 0,7. Dengan nilai tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa data pada penelitian ini reliabel karena memenuhi kriteria dengan hasil yang berada di atas 0,7 (Hair *et al.*, 2011).

Setelah pengujian *outer model* (validitas dan reliabilitas), pengolahan data variabel-variabel penelitian dilanjutkan pada tahapan pengujian *inner model* (model struktural) untuk dapat mengetahui kontribusi dari variabel-variabel independen (X) terhadap variabel-variabel dependen (Y). Kriteria pengujian model struktural yang harus dipenuhi pada penelitian ini yaitu nilai koefisien determinasi (R^2), *predictive relevance* (Q^2), dan *path coefficients*.

Hasil nilai koefisien determinasi (R^2) pada penelitian ini adalah sebesar 0,378, berarti 37,8% dari variabel dependen yaitu intensi berwirausaha dapat dijelaskan oleh variabel independen yang terdapat pada penelitian ini dan sisanya yaitu sebesar 62,2% dapat dijelaskan oleh variabel-variabel yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Berdasarkan kriteria nilai *R-Square* yang dikemukakan oleh (Cohen, 1988) nilai *R-Square* berada di antara 0,25 dan 0,49 yang artinya memiliki pengaruh lemah. Uji selanjutnya adalah *predictive relevance* (Q^2) dengan hasil yang didapatkan sebesar 0,160 ($Q^2 > 0$). Artinya, variabel penjelas intensi berwirausaha yang berupa dukungan pendidikan, dukungan relasi, dan kepercayaan diri dapat menunjukkan relevansi prediksi yang memadai atau memprediksi model dengan baik. Pengujian berikutnya adalah *Goodness of Fit* (GoF), dengan hasil sebesar 0,4025, (Wetzels *et al.*, 2009) menyebutkan bahwa model yang digunakan pada penelitian ini memiliki tingkat kecocokan yang besar.

Tabel 4. Hasil *Bootstrapping*

	<i>Path Coefficient</i>	<i>t-statistics</i>	<i>p-value</i>
Dukungan Pendidikan → Intensi Berwirausaha	0,276	2,196	0,029
Dukungan Relasi → Intensi Berwirausaha	0,203	2,031	0,043
Kepercayaan Diri → Intensi Berwirausaha	0,383	3,388	0,001

Sumber: Pengolahan Data *SmartPLS* 3.0

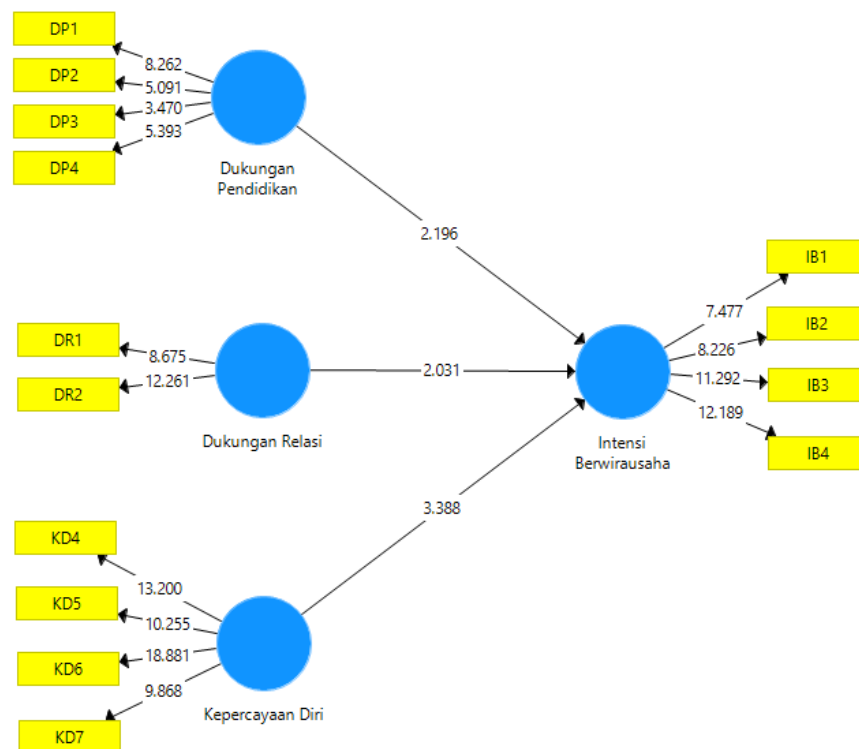
Berdasarkan tabel di atas, hasil pengujian *bootstrapping* (hipotesis) dari seluruh variabel memiliki nilai *t-statistics* > 1,96 dan nilai *p-values* < 0,05, sehingga dapat dikatakan bahwa hipotesis tidak ditolak dan memiliki arah hubungan yang positif.

Hasil pengujian hipotesis pertama yang didapatkan untuk variabel dukungan pendidikan menunjukkan nilai *t-statistics* sebesar 2,196 dengan *p-value* sebesar 0,029. Nilai tersebut lebih besar dari *cut-off value* sebesar 1,96 dan *p-value* yang lebih kecil dari 0,05

sehingga H1 tidak ditolak. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa dukungan pendidikan berpengaruh secara positif terhadap intensi berwirausaha.

Hasil pengujian hipotesis kedua yang didapatkan untuk variabel dukungan relasi menunjukkan nilai *t-statistics* sebesar 2,031 dengan *p-value* sebesar 0,043. Nilai tersebut lebih besar dari *cut-off value* sebesar 1,96 dan *p-value* yang lebih kecil dari 0,05 sehingga H2 tidak ditolak. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa dukungan relasi berpengaruh secara positif terhadap intensi berwirausaha.

Hasil pengujian hipotesis ketiga yang didapatkan untuk variabel kepercayaan diri menunjukkan nilai *t-statistics* sebesar 3,388 dengan *p-value* sebesar 0,001. Nilai tersebut lebih besar dari *cut-off value* sebesar 1,96 dan *p-value* yang lebih kecil dari 0,05 sehingga H3 tidak ditolak. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa kepercayaan diri berpengaruh secara positif terhadap intensi berwirausaha.



Gambar 2. Hasil Pengujian *Bootstrapping*

DISKUSI

Dari analisis data yang telah dilakukan, pengujian pada penelitian ini telah menghasilkan hasil yang sesuai dengan hipotesis. Hasil dari pengujian hipotesis menunjukkan terdapat pengaruh yang positif dari dukungan pendidikan terhadap intensi berwirausaha pada mahasiswa. Kemudian, hasil dari pengujian hipotesis dari dukungan relasi juga menunjukkan pengaruh yang positif terhadap intensi berwirausaha pada mahasiswa. Pada kepercayaan diri, hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dari kepercayaan diri terhadap intensi berwirausaha pada mahasiswa.

PENUTUP

Berdasarkan hasil dari keseluruhan pengujian data dalam penelitian ini, telah menunjukkan bahwa dukungan pendidikan memiliki pengaruh yang positif terhadap intensi berwirausaha pada mahasiswa. Hal ini dapat terjadi karena lingkungan universitas telah mendukung mahasiswa secara penuh untuk memberikan pendidikan melalui berbagai program pelatihan maupun pengetahuan. Kemudian, dukungan relasi juga memiliki pengaruh yang positif terhadap intensi berwirausaha pada mahasiswa sehingga dapat disimpulkan bahwa dukungan dari teman, orang tua, dan anggota keluarga lainnya akan sangat membantu mereka untuk menjadi seorang wirausaha (Ambad dan Damit, 2016). Seseorang yang menerima dukungan dalam bentuk keuangan, informasi, afeksi, dan moral akan memungkinkan intensi mereka menjadi wirausaha semakin besar dibandingkan dengan orang yang tidak menikmati dukungan tersebut (Ismail *et al.*, 2009).

Selain dukungan pendidikan dan dukungan relasi, kepercayaan diri juga memiliki pengaruh yang positif terhadap intensi berwirausaha pada mahasiswa. Seseorang yang memiliki rasa percaya diri yang tinggi akan lebih mudah untuk membuat keputusan dalam membangun bisnis mereka sendiri, karena mereka yakin bahwa mereka memiliki kemampuan untuk beradaptasi dengan lingkungannya, dapat memandang lingkungan mereka lebih baik daripada yang lain, mengantisipasi segala risiko yang mungkin timbul, dan memiliki perspektif yang lebih optimis tentang masa depan mereka (Garaika dan Margahana, 2019). Kepercayaan diri akan terus memiliki peran yang penting dalam proses kewirausahaan yang dijalani seseorang karena dapat mempengaruhi keputusan dan tindakan seseorang saat sebelum atau setelah mereka mendirikan bisnis.

Dalam sebuah penelitian tentunya dapat memiliki beberapa keterbatasan, begitu pula dalam penelitian ini. Keterbatasan dari penelitian ini dikarenakan: 1) Variabel yang diteliti dalam penelitian ini masih terbilang cukup terbatas yaitu hanya pada tiga variabel bebas dan satu variabel terikat, 2) Sehubungan dengan waktu yang relatif singkat dan cakupan wilayah yang cukup luas, menyebabkan responden dari penelitian ini terbatas dan kurang merepresentasikan mahasiswa di seluruh kota yang ada di Indonesia sebagai subjek penelitian karena responden yang didapat hanya berasal dari beberapa kota tertentu. Selain itu, karena menggunakan kuesioner yang disebar secara *online* melalui internet, beberapa responden mungkin tidak mewakili populasi dan sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil dan keterbatasan di atas, maka saran yang dapat diberikan untuk melakukan penelitian selanjutnya adalah diharapkan agar jangkauan pengambilan sampel dapat mewakili setiap wilayah yang telah ditentukan dalam penelitian, sehingga setiap respondennya dapat mewakili subjek penelitian dengan tepat. Selain itu, disarankan agar lebih diperbanyak dan ditambahkan variabel-variabel lain di luar variabel yang telah dibahas dalam penelitian ini dan variabel lain yang berpengaruh terhadap intensi berwirausaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Process*, 50, 179–211.
- Ambad, S.N.A., and Damit, D.H.D.A. (2016). Determinants of Entrepreneurial Intention Among Undergraduate Students in Malaysia. *Procedia Economics and Finance*.
- Baron, R. A., dan Byrne, D. (2003). *Psikologi sosial*. Jakarta: Erlangga.
- Burns, A. C., and Bush, R. F. (2014). *Marketing Research* (7th ed.). England: Pearson Education Limited.
- Cohen, Jacob. (1988). *Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences* (Ed. 2). Hillsdale: Erlbaum Associates.

- Garaika, and Margahana, H. (2019). Self Efficacy, Self Personality and Self Confidence on Entrepreneurial Intention: Study on Young Enterprises. *Journal of Entrepreneurship Education*, 2(1).
- Gelaidan, H.M., Abdullateef, A.O. (2017). Entrepreneurial intentions of business students in Malaysia: The role of self-confidence, educational and relation support. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 24(1), 54-67.
- Hair, J. F., Ringle, C. M., and Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a Silver Bullet. *The Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2), 139-151.
- Henderson, R., and Robertson, M. (2000). Who wants to be an entrepreneur? Young adult attitudes to entrepreneurship as a career". *Career Development International*, 5(6), 279-287.
- Henseler, J., Ringle, C. M., and Sinkovics, R. R. (2009). The use of partial least square path modeling in International Marketing. *Advances in International Marketing*, 20, 277-319.
- Ismail, M., Khalid, S. A., Othman, M., Jusoff, H. K., Rahman, N. A., Kassim, K. M., and Zain, R. S. (2009). Entrepreneurial intention among Malaysian undergraduates. *International Journal of Business and Management*, 4(10), 54-60.
- Izquierdo, E., and Buelens, M. (2008). Competing models of entrepreneurial intentions: the influence of entrepreneurial self efficacy and attitudes. In Presented en Internationalizing Entrepreneurship Education and Training IntEnt 2008 Conference, 17e20, Oxford Ohio, USA.
- Kusmintarti, A., Asdani, A., and Riwijanti, N.I. (2017). The relationship between creativity, entrepreneurial attitude and entrepreneurial intention (case study on the students of State Polytechnic Malang). *Int. J. Trade and Global Markets*, 10(1), 28–36.
- Liñán, F. (2004). Intention-based models of entrepreneurship education. *Piccola Empresa/Small Business*, 3, 11-35.
- Luthje, C. and Franke, N. (2003). The making of an entrepreneur: testing a model of entrepreneurial intent among engineering students at MIT. *R&D Management*, 33(2), 135-47.
- Sekaran, U., and Bougie, R. (2013). *Research Methods for Business* (6th ed.). Italy: Printer Trento Srl.
- Sesen, H. (2013). Personality or environment? A comprehensive study on the entrepreneurial intentions of university students. *Education + Training*, 55(7), 624–640.
- Turker, D., Onvural, B., Kursunluoglu, E., and Pinar, C. (2005). Entrepreneurial propensity: a field study on the Turkish university students. *International Journal of Business, Economics and Management*, 1(3), 15-27.
- Twibell, R. S., Siela, D., Riwitis, C., Wheatley, J., Riegle, T., Bousman, D., Cable, S., Caudill, P., Harrigan, S., and Hollars, R. (2008). Nurses' perceptions of their self-confidence and the benefits and risks of family presence during resuscitation. *American Journal of Critical Care*, 17(2), 101–111.
- Wetzels, M., Odekerken-Schroder, G., and Van Oppen, C. (2009). Using PLS path modeling for assessing hierarchical construct models: Guidelines and empirical illustration. *MIS Quarterly*, 33(1), 177-195.
- Yurtkoru, S. Kuşcu, Z.K., and Doğanay, A. (2014). Exploring the Antecedents of Entrepreneurial Intention on Turkish University Students. *Procedia- Social and Behavioral Sciences*, 150, 841-850
- Zimmerer, W.T. (2002). *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management* (3rd ed.). New York: Prentice-Hall.