

PENGARUH *ROLE MODEL* DAN *ENTREPRENEURIAL PASSION* TERHADAP *ENTREPRENEURIAL INTENTION* DI ERA DIGITAL

Matthew Marvel Liputra¹, Kartika Nuringsih^{2*}

¹Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara Jakarta

Email: matthew.115210072@stu.untar.ac.id

²Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara Jakarta

Email: kartikan@fe.untar.ac.id

*Penulis Korespondensi

Masuk: 05-01-2025, revisi: 22-01-2025, diterima untuk diterbitkan: 31-01-2025

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji beberapa hasil, yaitu pengaruh *role model* terhadap *entrepreneurial intention* dan pengaruh *entrepreneurial passion* terhadap *entrepreneurial intention*. Teknik pengambilan sampel menggunakan *convenience sampling*. Pengambilan data dilakukan menggunakan kuisioner melalui google form sebanyak 150 responden. Teknik analisis data menggunakan SmartPLS 4.0. Sampel dalam penelitian ini merupakan mahasiswa program studi sarjana manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara yang telah mengambil mata kuliah kewirausahaan. Hasil dari penelitian ini adalah *role model* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *entrepreneurial intention*, *entrepreneurial passion* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *entrepreneurial intention*.

Kata Kunci: *role model, entrepreneurial passion, entrepreneurial intention*

ABSTRACT

The objective of this study is to examine several outcomes, namely the influence of role models on entrepreneurial intention and the influence of entrepreneurial passion on entrepreneurial intention. The sampling technique employed is convenience sampling. Data collection was conducted using a questionnaire distributed through Google Forms to 150 respondents. Data analysis was performed using SmartPLS 4.0. The sample consists of undergraduate management students from the Faculty of Economics and Business at Tarumanagara University who have taken entrepreneurship courses. The results of the study indicate that role models have a positive and significant influence on entrepreneurial intention, and entrepreneurial passion also has a positive and significant influence on entrepreneurial intention.

Keywords: *role model, entrepreneurial passion, entrepreneurial intention*

1. PENDAHULUAN

Latar belakang

Indonesia, sebagai salah satu negara dengan populasi terbesar di dunia, menghadapi tantangan signifikan terkait ketersediaan lapangan kerja. Setiap tahunnya, peningkatan jumlah lulusan SMA dan perguruan tinggi menambah tekanan pada kebutuhan penciptaan lapangan kerja. Data dari Kemenkopmk.go.id (2021) menunjukkan bahwa pemerintah perlu menyediakan setidaknya 3,6 juta lapangan kerja setiap tahun. Sayangnya, upaya tersebut belum cukup untuk menampung peningkatan jumlah tenaga kerja, terutama setelah dampak pandemi COVID-19 yang menyebabkan peningkatan pengangguran dan kemiskinan akibat ketidakstabilan ekonomi.

Dalam konteks ini, kewirausahaan muncul sebagai solusi alternatif yang penting untuk mengatasi tantangan tersebut. Kewirausahaan dianggap mampu mendorong pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan kerja baru, serta meningkatkan kemandirian individu dan organisasi (Sunardi, 2022). Mahasiswa, sebagai bagian dari generasi muda, memiliki potensi besar untuk

berkontribusi dalam bidang kewirausahaan melalui *entrepreneurial*. Niat ini mencerminkan kecenderungan individu untuk mengambil langkah nyata dalam memulai usaha di masa depan (Liñán & Fayolle, 2015).

Salah satu faktor yang memengaruhi *entrepreneurial intention* adalah kehadiran role model. Role model dapat berupa keluarga, teman, atau tokoh publik yang memberikan inspirasi melalui keberhasilan dan kegigihan mereka dalam dunia kewirausahaan. Studi oleh Kearney & Levine (2020) menunjukkan bahwa *role model* berperan penting dalam membentuk keyakinan individu terhadap potensi diri dan kemampuan mereka untuk sukses di dunia bisnis. *Role model* mempunyai tiga fungsi utama dan saling terkait yaitu untuk memberikan pembelajaran, motivasi serta inspirasi yang dapat membantu seseorang mendefinisikan konsep dirinya (Soelaiman *et al.*, 2023).

Selain itu, *entrepreneurial passion* juga menjadi elemen kunci yang mendorong *entrepreneurial intention*. Cardon *et al.* (2017) mendefinisikan *entrepreneurial passion* sebagai dorongan emosional yang kuat yang membuat individu berkomitmen menghadapi tantangan dan mencari peluang bisnis dengan penuh antusias. Dengan passion yang tinggi, individu lebih cenderung memiliki tekad kuat untuk mewujudkan bisnis impian mereka.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *role model* dan *entrepreneurial passion* terhadap *entrepreneurial intention* pada mahasiswa sarjana Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara. Penelitian ini diharapkan juga dapat memberikan kontribusi terhadap literatur kewirausahaan dan mendukung program Merdeka Belajar – Kampus Merdeka (MBKM) yang bertujuan meningkatkan keterlibatan mahasiswa dalam aktivitas kewirausahaan.

Rumusan masalah

Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan di atas, terdapat permasalahan yang akan dibahas pada penelitian ini.

- a. Apakah terdapat pengaruh positif *role model* terhadap *entrepreneurial intention* di era digital?
- b. Apakah terdapat pengaruh positif *entrepreneurial passion* terhadap *entrepreneurial intention* di era digital?

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Data dikumpulkan menggunakan kuisioner yang disebar melalui Google Form. Teknik pengambilan sampel menggunakan *convenience sampling*, yang memungkinkan pengambilan sampel berdasarkan kemudahan akses dan ketersediaan responden. Sampel yang diambil merupakan mahasiswa program studi sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.

Penelitian ini menerapkan skala Likert untuk mengukur tingkat persetujuan terhadap pertanyaan yang diberikan. Skala ini mencakup dari poin 1 (sangat tidak setuju), poin 2 (tidak setuju), poin 3 (netral), poin 4 (setuju), dan poin 5 (sangat setuju). Tabel 1 sampai dengan Tabel 3 menunjukkan operasionalisasi variabel dalam penelitian ini.

Tabel 1. Operasionalisasi variabel *role model*
Sumber: Thanh & Hoai (2023); Amofah & Saladrigues (2022); Ahmad *et al.* (2021)

Variabel	Indikator	Kode
Role Model (X1)	1. Teladan wirausahawan	RM1
	2. Dosen sebagai <i>role model</i>	RM2
	3. <i>Influencer</i> sebagai <i>role model</i>	RM3

Tabel 2. Operasionalisasi variabel *entrepreneurial passion*
Sumber: Thanh & Hoai (2023); Anjum *et al.* (2021)

Variabel	Indikator	Kode
<i>Entrepreneurial Passion</i> (X2)	1. Menemukan cara baru memasarkan produk	EP1
	2. Meningkatkan cara produksi	EP2
	3. Mengamati peluang baru di lingkungan bisnis	EP3
	4. Bersemangat memulai usaha	EP4
	5. Mengelola bisnis menuju kesuksesan	EP5
	6. Memilih karyawan yang tepat	EP6
	7. Memotivasi karyawan untuk meningkatkan reputasi	EP7

Tabel 3. Operasionalisasi variabel *entrepreneurial intention*
Sumber: Thanh & Hoai (2023)

Variabel	Indikator	Kode
<i>Entrepreneurial Intention</i> (Y)	1. Siap berupaya untuk menjadi <i>entrepreneur</i>	EI1
	2. Menjadikan <i>entrepreneur</i> sebagai tujuan karir	EI2
	3. Bertekad membuka usaha di masa depan	EI3
	4. Serius mempertimbangkan membuka usaha	EI4
	5. Niat kuat untuk membuka usaha	EI5

Data yang telah dikumpulkan dari 150 responden dianalisis menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan perangkat lunak *SmartPLS* versi 4.0. Analisis dilakukan dalam dua tahap, yaitu *outer loadings* untuk menguji validitas dan reliabilitas melalui *convergent validity* dan *discriminant validity*, serta *inner model* untuk mengevaluasi nilai *R-Square* (R^2), *Effect Size* (f^2), *Q-Square* (Q^2), *Variance Inflation Factor* (VIF), *model fit* dan *Goodness of Fit* (GoF), *Path Coefficient* dan Uji hipotesis (*Bootstrapping*).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik responden

Ukuran sampel penelitian ini melibatkan 150 responden yang telah dikategorikan berdasarkan angkatan kuliah, jenis kelamin, status kepemilikan usaha dan jenis usaha yang dimiliki.

Tabel 4. Data responden angkatan kuliah
Sumber: Google Form

Angkatan Kuliah	Jumlah Responden	Persentase
2023	33	22%
2022	37	24,70%
2021	73	48,70%
2020	7	4,60%

Tabel 5. Data responden berdasarkan jenis kelamin
Sumber: Google Form

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase
Laki-laki	67	44,70%
Perempuan	83	55,30%

Tabel 6. Data responden berdasarkan status kepemilikan usaha
Sumber: Google Form

Status	Jumlah Responden	Persentase
Sudah memiliki usaha sendiri	26	17,30%
Sedang merintis usaha sendiri	29	19,30%
Belum memiliki usaha sendiri	95	63,30%

Tabel 7. Data responden berdasarkan jenis usaha yang dimiliki
Sumber: Google Form

Jenis Usaha	Jumlah Responden	Persentase
FNB	13	8,70%
<i>Fashion</i>	13	8,70%
<i>Beauty</i>	10	6,70%
Lainnya	19	12,70%
Belum memiliki usaha	95	63,30%

Berdasarkan hasil deskripsi responden, dari segi angkatan kuliah, mayoritas responden berasal dari angkatan 2021 sebanyak 48,70%, diikuti oleh angkatan 2022 (24,70%), 2023 (22%), dan angkatan 2020 (4,60%). Berdasarkan jenis kelamin, responden perempuan lebih dominan, yaitu 55,30%, dibandingkan laki-laki sebesar 44,70%. Selanjutnya, status kepemilikan usaha menunjukkan bahwa 63,30% responden belum memiliki usaha, 19,30% sedang merintis usaha, dan 17,30% sudah memiliki usaha sendiri. Dalam kategori jenis usaha, bidang yang paling banyak diminati adalah FNB dan *fashion*, masing-masing sebesar 8,70%, diikuti oleh bidang kecantikan (6,70%) serta kategori lainnya sebesar 12,70%. Data ini memberikan gambaran mendalam tentang profil mahasiswa yang menjadi objek penelitian.

Analisis validitas

Convergent validity

Convergent validity bertujuan untuk mengetahui validitas hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya. Jenis validitas ini menunjukkan bahwa satu set indikator dapat mewakili satu variabel laten yang mendasari variabel tersebut. *Convergent validity* dinilai berdasarkan *outer loadings* dan *average variance extracted* (AVE) (Hair *et al.*, 2017). Berdasarkan Tabel 8, nilai seluruh indikator dinyatakan valid, karena memiliki nilai *outer loadings* lebih besar dari 0,70.

Tabel 8. Hasil analisis *outer loadings*
Sumber: Hasil pengolahan data SmartPLS 4.0

Indikator	<i>Entrepreneurial Intention</i>	<i>Entrepreneurial Passion</i>	<i>Role Model</i>
EI1	0,784		
EI2	0,774		
EI3	0,737		
EI4	0,789		
EI5	0,767		
EP1		0,771	
EP2		0,825	
EP3		0,724	
EP4		0,798	
EP5		0,798	
EP6		0,748	
EP7		0,796	
RM1			0,808
RM2			0,779
RM3			0,840

Tabel 9. Hasil analisis AVE
Sumber: Hasil pengolahan data SmartPLS 4.0

Variabel	<i>Average variance extracted</i> (AVE)
<i>Entrepreneurial Intention</i>	0,594
<i>Entrepreneurial Passion</i>	0,609
<i>Role Model</i>	0,655

Berdasarkan hasil analisis dan pengolahan data pada Tabel 9, dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel dalam variabel ini dinyatakan valid, karena memenuhi kriteria nilai AVE lebih besar dari 0,50.

Discriminant validity

Discriminant validity merupakan ukuran yang memastikan bahwa setiap konstruk dalam model pengukuran dapat dibedakan dengan jelas dari konstruk lain, menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan secara khusus mengukur konstruk tersebut tanpa berkolerasi berlebihan dengan konstruk lainnya (Ghozali, 2016).

Tabel 10 Hasil analisis HTMT
Sumber: Hasil pengolahan data SmartPLS 4.0

Variabel	<i>Entrepreneurial Intention</i>	<i>Entrepreneurial Passion</i>	<i>Role Model</i>
<i>Entrepreneurial Intention</i>			
<i>Entrepreneurial Passion</i>	0,612		
<i>Role Model</i>	0,483	0,566	

Berdasarkan hasil analisis dan pengolahan data pada Tabel 10, dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel dalam variabel ini dinyatakan valid, karena memenuhi kriteria nilai HTMT kurang dari 0,85.

Tabel 11. Hasil analisis *Fornell-Larcker criterion*
Sumber: Hasil pengolahan data SmartPLS 4.0

Variabel	<i>Entrepreneurial Intention</i>	<i>Entrepreneurial Passion</i>	<i>Role Model</i>
<i>Entrepreneurial Intention</i>	0,770		
<i>Entrepreneurial Passion</i>	0,542	0,781	
<i>Role Model</i>	0,383	0,465	0,810

Berdasarkan hasil analisis dan pengolahan data pada Tabel 11, terlihat bahwa nilai akar kuadrat dari AVE untuk setiap konstruk lebih tinggi dibandingkan dengan korelasi antar variabel lainnya. Ini menunjukkan bahwa data dalam penelitian ini valid, karena setiap variabel dapat dibedakan dengan jelas satu sama lain.

Tabel 12. Hasil analisis *cross loadings*
Sumber: Hasil pengolahan data SmartPLS 4.0

Indikator	<i>Entrepreneurial Intention</i>	<i>Entrepreneurial Passion</i>	<i>Role Model</i>
EI1	0,784	0,483	0,367
EI2	0,774	0,391	0,302
EI3	0,737	0,367	0,325
EI4	0,789	0,451	0,246
EI5	0,767	0,377	0,219
EP1	0,410	0,771	0,450
EP2	0,500	0,825	0,426
EP3	0,310	0,724	0,327
EP4	0,430	0,798	0,267
EP5	0,492	0,798	0,422
EP6	0,390	0,748	0,313
EP7	0,382	0,796	0,307
RM1	0,284	0,325	0,808
RM2	0,307	0,446	0,779
RM3	0,336	0,356	0,840

Analisis reliabilitas

Tabel 13. Hasil analisis *Cronbach's alpha* dan *composite reliability*
Sumber: Hasil pengolahan data SmartPLS 4.0

Variabel	<i>Cronbach's alpha</i>	<i>Composite reliability (rho a)</i>	<i>Composite reliability (rho c)</i>
<i>Entrepreneurial Intention</i>	0,830	0,835	0,879
<i>Entrepreneurial Passion</i>	0,894	0,902	0,916
<i>Role Model</i>	0,737	0,742	0,851

Berdasarkan hasil analisis dan pengolahan data pada Tabel 13, data pada penelitian ini menunjukkan tingkat reliabilitas yang baik dikarenakan menunjukkan nilai lebih besar dari 0,70.

Analisis data Uji *R-square*

Tabel 14. Hasil uji *R-square*
Sumber: Hasil pengolahan data SmartPLS 4.0

Variabel	<i>R-square</i>
<i>Entrepreneurial Intention</i>	0,316

Berdasarkan Tabel 14, hasil uji R^2 pada penelitian ini bernilai 0,316, yang berarti termasuk dalam golongan rendah. Nilai variabel independen pada penelitian ini yang berpengaruh terhadap variabel dependen sebesar 31,60% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat pada penelitian ini.

Uji *effect size*

Tabel 15. Hasil uji *effect size*
Sumber: Hasil pengolahan data SmartPLS 4.0

Hubungan Variabel	f^2
<i>Role Model</i> -> <i>Entrepreneurial Intention</i>	0,032
<i>Entrepreneurial Passion</i> -> <i>Entrepreneurial Intention</i>	0,248

Berdasarkan Tabel 15, nilai f^2 dari *role model* ke *entrepreneurial intention* merupakan kategori kecil, yaitu sebesar 0,032. Hal ini menunjukkan variabel berpengaruh rendah. Sedangkan, nilai f^2 dari *entrepreneurial passion* ke *entrepreneurial intention* merupakan kategori sedang, yaitu sebesar 0,248. Hal ini, menunjukkan variabel cukup berpengaruh tapi kurang menunjukkan pengaruh yang kuat dan signifikan terhadap *entrepreneurial intention*.

Uji *Q-square*

Tabel 16. Hasil uji *Q-square*
Sumber: Hasil pengolahan data SmartPLS 4.0

Variabel	Q^2
<i>Entrepreneurial Intention</i>	0,270

Tabel 16 merupakan hasil pengujian Q^2 *entrepreneurial intention* sebesar 0,270. Dapat disimpulkan bahwa penelitian ini memiliki *predictive relevance* yang baik dan dapat dinyatakan valid, dikarenakan nilai Q^2 lebih besar dari 0.

Uji VIF

Tabel 17. Hasil uji VIF
Sumber: Hasil pengolahan data SmartPLS 4.0

Indikator	VIF
RM1	1,547
RM2	1,351
RM3	1,555
EP1	1,960
EP2	2,682
EP3	1,973
EP4	2,196
EP5	2,487
EP6	2,294
EP7	2,472
EI1	1,643
EI2	1,779
EI3	1,597
EI4	1,754
EI5	1,741

Tabel 17 merupakan hasil uji VIF, dapat disimpulkan bahwa tidak adanya masalah multikolinearitas signifikan karena semua indikator VIF berada di bawah nilai 3.

Uji *model fit*

Tabel 18. Hasil uji *model fit*
Sumber: Hasil pengolahan data SmartPLS 4.0

Item	Estimated model
SRMR	0,081
NFI	0,747

Pada Tabel 18 disimpulkan nilai SRMR 0,081 mendekati nilai ideal yaitu 0,08 dan nilai NFI 0,747 mendekati nilai ideal yaitu 0,80. Hal ini dapat disimpulkan bahwa hasil uji *Model Fit* cukup optimal dengan data.

Uji *Goodness of Fit (GoF)*

$$\begin{aligned}\overline{AVE} &= (0,594+0,609+0,655) / 3 \\ &= 0,620\end{aligned}$$

$$R^2 = 0,316$$

$$\begin{aligned}\text{GoF} &= \sqrt{\overline{AVE} \times R^2} \\ &= \sqrt{0,620 \times 0,316} \\ &= \sqrt{0,19592} \\ &= 0,443\end{aligned}$$

Dari perhitungan GoF yang dihitung adalah sebesar 0,443. Hal ini dapat disimpulkan bahwa nilai GoF termasuk kategori tinggi karena nilai perhitungan GoF di atas 0,37 dan dapat dianggap hasil nilai GoF memiliki hasil dengan kecocokan tinggi.

Uji *path coefficient*

Tabel 19. Hasil uji *path coefficient*
Sumber: Hasil pengolahan data SmartPLS 4.0

Hubungan Variabel	Original sample	t-statistics	p-values
<i>Role Model</i> -> <i>Entrepreneurial Intention</i>	0,167	1,884	0,030
<i>Entrepreneurial Passion</i> -> <i>Entrepreneurial Intention</i>	0,465	5,168	0,000

Berdasarkan Tabel 19, dapat disimpulkan bahwa variabel *role model* menunjukkan hubungan positif terhadap variabel *entrepreneurial intention* sebesar 0,167 dan variabel *entrepreneurial passion* menunjukkan hubungan positif terhadap variabel *entrepreneurial intention* sebesar 0,465.

Uji hipotesis (*bootstrapping*)

Tabel 20. Hasil uji *bootstrapping*
Sumber: Hasil pengolahan data SmartPLS 4.0

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	p-values
<i>Role Model</i> -> <i>Entrepreneurial Intention</i>	0,167	0,171	0,089	1,884	0,030
<i>Entrepreneurial Passion</i> -> <i>Entrepreneurial Intention</i>	0,465	0,472	0,090	5,168	0,000

Pembahasan

Hipotesis H1 didukung karena *role model* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *entrepreneurial intention*, dengan nilai *t-statistics* sebesar 1,884 dan *p-value* sebesar 0,030. Hasil ini menunjukkan bahwa kehadiran *role model* dapat memberikan inspirasi dan motivasi kepada individu untuk mengejar karir sebagai wirausahawan. Temuan ini sejalan dengan penelitian Liñán & Fayolle (2015) serta Cahyadi & Selamat (2023), yang menyatakan bahwa *role model* memberikan pengaruh signifikan terhadap *entrepreneurial intention*.

Hipotesis H2 didukung karena *entrepreneurial passion* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *entrepreneurial intention*, dengan nilai *t-statistics* sebesar 5,168 dan *p-value* sebesar 0,000. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin besar gairah berwirausaha seseorang, semakin kuat niat mereka untuk terjun ke dunia kewirausahaan. Temuan ini konsisten dengan penelitian Livandy & Nuringsih (2022) serta Cardon *et al.* (2017), yang menegaskan bahwa *entrepreneurial passion* mendorong individu untuk berkomitmen pada tujuan karir kewirausahaan.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa *role model* dan *entrepreneurial passion* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *entrepreneurial intention*. *Role model* sebagai faktor eksternal memberikan inspirasi, sementara *entrepreneurial passion* sebagai faktor internal memperkuat semangat berwirausaha. Kombinasi keduanya mendorong niat berwirausaha secara lebih kuat.

Saran

a. Bagi Institusi Pendidikan

Perguruan tinggi disarankan untuk lebih proaktif dalam mendukung pengembangan *entrepreneurial intention* mahasiswa melalui program seperti CEO Bootcamp yang bekerja sama dengan Tarumanagara Enterprise. Program ini menghadirkan mentor dan pembicara

berpengalaman untuk membantu mahasiswa memulai dan mengembangkan usaha. Selain itu, CEO Bootcamp dapat diintegrasikan ke dalam kegiatan E-Week yang rutin diadakan oleh Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara, sehingga menciptakan ekosistem kewirausahaan yang komprehensif, mulai dari validasi ide bisnis, pengembangan strategi, pembuatan prototipe, hingga tahap startup. Pendekatan ini memberikan pengalaman praktis bagi mahasiswa di samping pembelajaran teori, sehingga mereka dapat secara langsung mengembangkan kemampuan kewirausahaan. Langkah ini diharapkan dapat meningkatkan kualitas lulusan sekaligus mendorong lahirnya startup baru yang berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi.

b. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian mendatang disarankan untuk melibatkan populasi yang lebih luas, seperti mahasiswa dari berbagai universitas, baik negeri maupun swasta, serta komunitas wirausaha, guna meningkatkan generalisasi hasil. Selain itu, penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel lain yang memengaruhi *entrepreneurial intention* untuk menghasilkan analisis yang lebih menyeluruh. Uji moderasi atau mediasi dari variabel seperti efikasi diri atau kreativitas juga dapat dilakukan untuk memperdalam pemahaman hubungan antarvariabel. Terakhir, penelitian mendatang diharapkan menganalisis *entrepreneurial passion* menggunakan pendekatan *second order model* agar indikatornya dapat dipelajari lebih mendalam dan memberikan wawasan baru terkait pengaruhnya terhadap *entrepreneurial intention*. Langkah ini diharapkan dapat memperkaya literatur kewirausahaan dan meningkatkan pengembangan *entrepreneurial intention*.

Ucapan terima kasih

Penulis menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam kepada Ibu Kartika Nuringsih, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing dan juga keluarga tercinta serta seluruh responden yang bersedia meluangkan waktu untuk berpartisipasi dalam penelitian ini, serta semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, dan doa, baik secara langsung maupun tidak langsung.

REFERENSI

- Ahmad, K. J., Kohardinata, C., & Roshidawati, C. R. (2021). Role of Entrepreneurial Role Model Influencer and Entrepreneurship Education towards Entrepreneurial Intention. *Primanomics: Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 19(3), 116–129. <https://doi.org/10.31253/pe.v19i3.615>
- Amofah, K. & Saladrighes, R. (2022). Impact of Attitude towards Entrepreneurship Education and Role Models on Entrepreneurial Intention. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 11(1), 1-30. <https://doi.org/10.1186/s13731-022-00197-5>
- Anjum, T., Heidler, P., Amoozegar, A., & Anees, R. T. (2021). The Impact of Entrepreneurial Passion on the Entrepreneurial Intention; Moderating Impact of Perception of University Support. *Administrative Sciences*, 11(2), 1-14. <https://doi.org/10.3390/admsci11020045>
- Batz Liñeiro, A., Romero Ochoa, J. A., & Montes De La Barrera, J. (2024). Exploring entrepreneurial intentions and motivations: A comparative analysis of opportunity-driven and necessity-driven entrepreneurs. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 13(1), 11. <https://doi.org/10.1186/s13731-024-00366-8>
- Bignetti, B., Santos, A. C. M. Z., Hansen, P. B., & Henriqson, E. (2021). The Influence Of Entrepreneurial Passion And Creativity On Entrepreneurial Intentions. *Ram. Revista de Administração Mackenzie*, 22(2),. <https://doi.org/10.1590/1678-6971/eramr210082>
- Bosma, N., Hessels, J., Schutjens, V., Praag, M. V., & Verheul, I. (2012). Entrepreneurship and role models. *Journal of Economic Psychology*, 33(2), 410–424. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2011.03.004>

- Cahyadi, F. C. & Selamat, F. (2023). The Effects of Entrepreneurial Role Model, Entrepreneurial Education, and Individual Entrepreneurial Orientation Dimensions on Entrepreneurial Intention among the Students of A Faculty of Economics and Business in Jakarta. *International Journal of Application on Economics and Business*, 1(2), 112-122. <https://doi.org/10.24912/ijaeb.v1.i2.112-122>
- Cardon, M. S., Post, C., & Forster, W. R. (2017). Team Entrepreneurial Passion: Its Emergence and Influence in New Venture Teams. *Academy of Management Review*, 42(2), 283–305. <https://doi.org/10.5465/amr.2014.0356>
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)* (Second edition). Sage.
- Kearney, M. S., & Levine, P. B. (2020). Role Models, Mentors, and Media Influences. *The Future of Children*, 30(2020), 83–106. <https://doi.org/10.1353/foc.2020.0006>
- 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>
- Livandy, G. & Nuringsih, K. (2022). Peran Passion Wirausaha, Pengetahuan Kewirausahaan dan Lingkungan Keluarga dalam Menumbuhkan Intensi Kewirausahaan. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 6(2), 330–339. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v6i2.20612>
- Newman, A., Obschonka, M., Moeller, J., & Chandan, G. G. (2021). Entrepreneurial Passion: A Review, Synthesis, and Agenda for Future Research. *Applied Psychology*, 70(2), 816–860. <https://doi.org/10.1111/apps.12236>
- Soelaiman, L., Puspitowati, I., & Selamat, F. (2022). Peran Model Panutan terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa Melalui Penerapan Teori Perilaku Terencana. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 6(2), 320-329. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v6i2.20387>
- Thanh, T. D., & Hoai, V. L. (2023). Self-Efficacy to Entrepreneurship Intentions: Role of Entrepreneurial Passion and Role Models. *Journal of Eastern European and Central Asian Research*, 10(7), 1037-1047.