Prediksi *Self Efficacy* Dan *Personality Traits* Terhadap *Entrepreneurial Intentions* Di Kalangan Mahasiswa

Yeremia dan Hannes Widjaja
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara, Jakarta
Email: yeremiatann@gmail.com

Abstract: *This study was conducted to determine the relationship of self-efficacy and personality traits to entrepreneurial intentions of Tarumanagara University Faculty of Communication Science students. The sampling menthod is done by purposive sampling method. Data collection was done by distributing questionnaires to 100 respondents. The data analysis technique uses the structural least partial (PLS) model. The results of this study are that there is no significant positive relationship between self-efficacy, conscientiousness, and extraversion with Tarumanagara University Faculty of Communication students entrepreneurial intentions, there is no negative relationship significant between neuroticism and entrepreneurial intentions of Tarumanagara University Faculty of Communication Sciences students. In addition, there is a significant positive relationship between openness to experience and agreeableness with entrepreneurial intentions of Tarumanagara University Faculty of Communication students students.*

Keywords**:** *self-efficacy, personality traits, entrepreneurial intentions*

Abstrak: Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hubungan *self-efficacy* dan *personality traits* terhadap *entrepreneurial intentions* mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara. Metode pengambilan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan membagikan kuesioner ke 100 responden. Teknik analisis data menggunakan teknik *structural equation model partial least square* (PLS). Hasil dari penelitian ini adalah tidak terdapat hubungan positif yang signifikan antara *self-efficacy*, *conscientiousness* dan *extraversion* dengan *entrepreneurial intentions* mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara, tidak terdapat hubungan negatif yang signifikan antara *neuroticism* dengan *entrepreneurial intentions* mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara. Selain itu terdapat hubungan positif yang signifikan antara *openness to experience* dan *agreeableness* dengan *entrepreneurial intentions* mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara.

Kata kunci: *self-efficacy, personality traits, entrepreneurial intentions*

LATAR BELAKANG

Kemiskinan dan pengangguran merupakan tantangan terbesar yang harus dihadapi oleh negara berkembang seperti Indonesia. Padahal jika dilihat dari jumlah penduduk, populasi yang

paling besar adalah penduduk dengan kategori usia produktif. Banyaknya jumlah pengangguran di Indonesia dapat disebabkan oleh beberapa faktor, salah satunya adalah jumlah lapangan pekerjaan yang tidak sebanding dengan jumlah angkatan kerja.

Selain itu masyarakat Indonesia cenderung lebih memilih untuk bekerja dengan orang lain daripada menciptakan lapangan pekerjaan bagi dirinya sendiri. Hal ini dikarenakan mendirikan sebuah usaha memiliki risiko yang besar, dan tidak semua orang berani untuk menghadapi risiko tersebut. Padahal dengan mendirikan sebuah usaha, dapat memberikan keuntungan yang lebih banyak daripada bekerja dengan orang lain.

Menurut (Yang, 2013) kewirausahaan dapat menciptakan peluang kerja dan meningkatkan pembangunan ekonomi nasional. Sehingga dengan adanya kegiatan kewirausahaan yang dilakukan masyarakat sangat membantu dalam mengurangi jumlah pengangguran dan tingkat kemiskinan.

Menteri Koperasi dan UKM, Anak Agung Gede Ngurah Puspayoga, mengatakan jumlah wirausaha atau *entrepreneur* di Indonesia pada 2016 mencapai 3,10% meningkat dari yang sebelumnya hanya sebesar 1,67%. Jumlah ini masih kalah dengan jumlah *entrepreneur* yang terdapat di negara tetangga, seperti Malaysia sebesar 6%, Singapura sebesar 7%, dan Thailand sebesar 5% (Kompas, 2017).

Maka dari itu pemerintah berupaya untuk meningkatkan minat masyarakat menjadi wirausaha. Saat ini juga sudah banyak universitas negeri maupun swasta yang memiliki program pendidikan kewirausahaan. Namun kegiatan kewirausahaan tidak hanya bergantung pada pendidikan kewirausahaan saja, niat juga sangat dibutuhkan untuk melakukan kegiatan kewirausahaan. Dengan demikian, niat terkait dengan kegiatan kewirausahaan telah terbukti menjadi prediktor perilaku kewirausahaan (Farrukh *et al*., 2017).

Teori yang paling menonjol dalam mempelajari minat adalah *Theory of Planned Behaviour* (Ajzen, 1991). Teori ini menjelaskan bahwa sifat, norma subjektif dan kontrol perilaku yang dirasakan adalah prediktor niat dan kontrol perilaku yang dirasakan dan niat adalah prediktor perilaku (ibid). Selain itu, *Self Efficacy* atau efikasi diri dapat menjadi faktor pendukung niat berwirausaha seseorang. Efikasi diri merupakan suatu keyakinan atau kepercayaan diri individu mengenai kemampuannya untuk mengorganisasi, melakukan suatu tugas, mencapai suatu tujuan, menghasilkan sesuatu dan mengimplementasi tindakan untuk mencapai kecakapan tertentu. Hal ini dapat menjadi motivasi bagi seseorang dalam mendirikan sebuah usaha.

KAJIAN TEORI

Teori yang berkaitan dengan minat atau intensi seseorang adalah *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991). *Theory of Planned Behavior* dapat digunakan untuk memprediksi intensi wirausaha karena kewirausahaan adalah sejenis perilaku terencana yang didasarkan pada niat (Yang, 2013). Menurut teori ini, orang diasumsikan rasional dan menggunakan informasi secara sistematis yang tersedia bagi mereka ketika mengambil keputusan. Disarankan bahwa (a) perilaku individu ditentukan oleh niat mereka untuk melakukan perilaku itu, yang merupakan prediktor perilaku yang paling akurat; (b) niat perilaku adalah fungsi dari sikap terhadap perilaku, norma subjektif dan kontrol perilaku yang dirasakan; dan (c) semua variabel lain mempengaruhi niat perilaku secara tidak langsung melalui medium sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan (Yang, 2013).

Sikap. Menurut (Yang, 2013) sikap adalah penilaian subjektif terhadap konsekuensi perilaku orang dan pengaruhnya pada orang, yang menentukan apakah orang suka atau tidak menyukai beberapa perilaku tertentu.

Norma subjektif. Menurut (Yang, 2013) norma subjektif mengacu pada persepsi individu bahwa orang-orang yang penting bagi mereka berpikir bahwa individu-individu ini harus, atau tidak seharusnya, melakukan perilaku tertentu.

Kontrol perilaku yang dirasakan kewirausahaan. Menurut (Yang, 2013) kontrol perilaku yang dirasakan kewirausahaan dapat didefinisikan sebagai evaluasi subjektif kemampuan dan sumber daya kewirausahaan seseorang, dan juga kemungkinan keberhasilan wirausaha. Selain tiga faktor pengaruh tersebut, terdapat faktor lain yang mempengaruhi intensi kewirausahaan yaitu efikasi diri atau *self-efficacy* dan kepribadian atau *personality traits.*

Entrepreneurial intentions. Menurut (Gelaidan, H. M., dan Abdullateef, A. O., 2017) intensi kewirausahaan adalah cerminan dari keadaan pikiran dan mendorong orang untuk berwirausaha daripada dipekerjakan.

Self-efficacy. (Bandura, 1994) menjelaskan *self-efficacy* adalah keyakinan pada kemampuan seseorang untuk mempengaruhi peristiwa yang mempengaruhi kehidupan seseorang dan mengendalikan cara kejadian-kejadian ini dialami. *Entreprenuerial Self efficacy* atau efikasi diri kewirausahaan telah didefinisikan sebagai keyakinan dalam kapasitas individu untuk berhasil melakukan tugas yang diperlukan untuk memulai dan mengelola bisnis baru dan harapan mereka terhadap hasil dari menciptakan usaha baru. (Farrukh *et al.*, 2017) menyatakan terdapat hubungan positif antara efikasi diri dan niat kewirausahaan. Sedangkan menurut (Pihie, 2013) *self-efficacy* muncul sebagai kontributor paling signifikan terhadap niat wirausaha siswa karena hubungan langsung dan tidak langsungnya yang kuat dengan konstruksinya. Ini menyoroti *self-efficacy* sebagai faktor terkuat yang mempengaruhi seleksi siswa sebagai wirausahawan dan mengharuskan menyediakan kesempatan bagi mereka untuk meningkatkan *self-efficacy* wirausaha mereka.

Personality traits atau kepribadian didefinisikan sebagai set karakteristik perilaku, kognisi, dan pola emosional yang berevolusi dari faktor biologis dan lingkungan. Kepribadian telah dipelajari secara ekstensif untuk menilai dampak dari karakteristik individu yang berbeda pada intensi kewirausahaan. Penelitian ini menggunakan *big five personality traits* untuk menilai dampaknya terhadap intensi wirausaha. *Big five personality traits* tersebut terdiri dari *extraversion, agreeableness, conscientiousness, openness to experiences* dan *neuroticism* (Farrukh *et al*., 2017).

Conscientiousness. Menurut (John dan Srivastava, 1999) *conscientiousness* adalah sifat yang dapat digambarkan sebagai kecenderungan untuk mengendalikan impuls dan bertindak dalam cara yang dapat diterima secara sosial, perilaku yang memfasilitasi perilaku yang diarahkan pada tujuan. Sedangkan menurut (Griffin dan Moorhead, 2013) *conscientiousness* mengacu pada jumlah sasaran yang menjadi fokus seseorang. Menurut (Farrukh *et al.*, 2017) *conscientiousness* memiliki karakteristik antara lain ketergantungan, tanggung jawab, ketaatan, pertimbangan, orientasi pencapaian, dan perhatian untuk mengikuti aturan yang ditetapkan. Individu yang sangat teliti cenderung berpikir hati-hati sebelum bertindak dan mematuhi kewajiban moral mereka serta tanggung jawab yang dirasakan. (Farrukh *et al.*, 2017) menyatakan bahwa *conscientiousness* terkait positif dengan *entrepreneurial intentions.*

Openness to experiences. Menurut (John dan Srivastava, 1999) *openness to experiences* telah digambarkan sebagai kedalaman dan kompleksitas kehidupan mental dan pengalaman individu. Karakteristik utama dalam *openness to experiences* adalah keingintahuan intelektual,

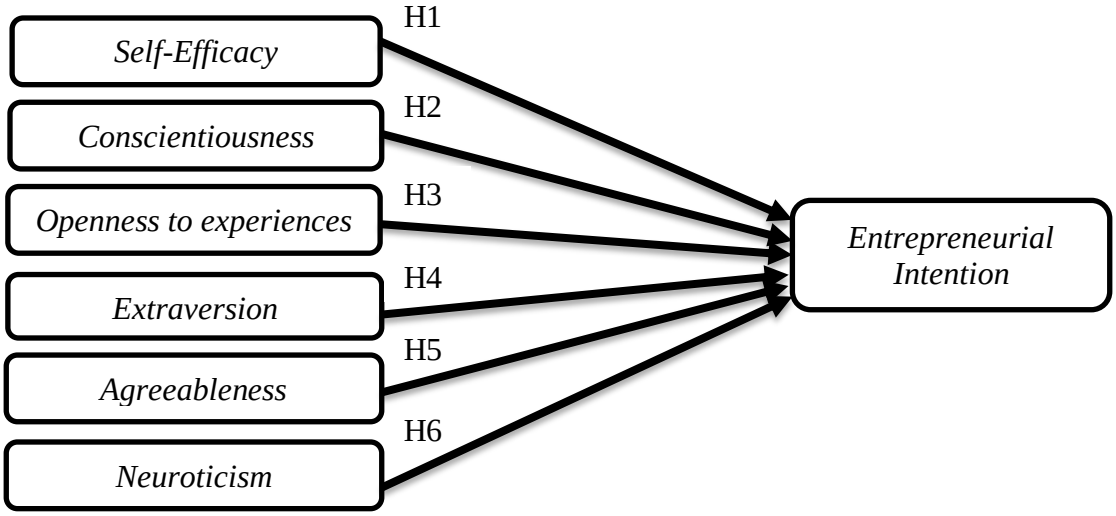
imajinatif, dan kreativitas. (Farrukh *et al.*, 2017) menyatakan bahwa *openness to experiences* terkait positif dengan *entrepreneurial intentions.*

Extraversion. Menurut (John dan Srivastava, 1999) *extraversion* adalah pendekatan energik terhadap dunia sosial dan material dan mencakup ciri-ciri seperti keramahan, aktivitas, ketegasan, dan emosi positif. Individu yang ekstrovert adalah orang yang energik, ambisius, hangat, ramah, dan antusias. Sedangkan menurut (Griffin dan Moorhead, 2013) *extraversion* adalah kualitas seseorang merasa nyaman dengan hubungan. (Farrukh *et al.*, 2017) menyatakan bahwa *extraversion* terkait positif dengan *entrepreneurial intentions.*

Agreeableness. Menurut (Ranwala dan Dissanayake, 2016) *agreeableness* adalah orientasi prososial dan komunal terhadap orang lain dengan antagonisme dan termasuk sifat-sifat seperti alturisme, pikiran lembut, kepercayaan dan kesederhanaan. (Farrukh *et al.*, 2017) menyatakan *agreeableness* tidak menunjukkan hubungan apa pun terhadap *entrepreneurial intentions,* namun berbeda dengan (Akanbi, 2013) yang menyatakan bahwa semua lima ukuran kepribadian yang diperiksa dalam penelitian ini secara signifikan memprediksi minat kewirausahaan.

Neuroticism. Menurut (Ranwala dan Dissanayake, 2016) *neuroticism* membedakan stabilitas emosi dan bahkan temperamen dengan emosi negatif, seperti merasakan perasaan cemas, gugup, sedih dan tegang. Neuroticism menunjukkan sejauh mana orang merasa cemas, defensif, tidak aman, dan emosional. Sedangkan menurut (Griffin dan Moorhead, 2013) neuroticism dicirikan oleh kecenderungan seseorang untuk mengalami emosi seperti kemarahan, kecemasan, depresi, dan perasaan rentan. (Farrukh *et al.*, 2017) menyatakan *neuroticism* tidak menunjukkan hubungan apa pun terhadap *entrepreneurial intentions,* namun berbeda dengan (Akanbi, 2013) yang menyatakan bahwa semua lima ukuran kepribadian yang diperiksa dalam penelitian ini secara signifikan memprediksi minat kewirausahaan.

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini seperti digambarkan dibawah ini



Gambar 1. Kerangka Penelitian

Hipotesis dari model yang dibangun di atas adalah sebagai berikut:
H1 : *Self-efficacy* berhubungan positif dengan *entrepreneurial intentions.*
H2 : *Conscientiousness* berhubungan positif dengan *entrepreneurial intentions.*
H3 : *Openness to experiences* berhubungan positif dengan *entrepreneurial intentions.*

H4 : *Extraversion* berhubungan positif dengan *entrepreneurial intentions.*
H5 : *Agreeableness* berhubungan negatif dengan *entrepreneurial intentions.*
H6: *Neuroticism* berhubungan negatif dengan *entrepreneurial intentions.*

METODELOGI

Penelitian ini difokuskan pada seluruh mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara. Pemilihan sampel dilakukan secara *purposive sampling method* dengan kriteria-kriteria yang ditentukan dalam pengambilan sampel penelitian ini yaitu: (a) Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara, (b) Telah mengambil mata kuliah Kewirausahaan. Jumlah data yang memenuhi persyaratan sebanyak 100 responden.

Variabel operasional dalam penelitian ini adalah *self-efficacy*, dan *personality traits* yang terdiri atas *conscientiousness, openness to experiences, extraversion, agreeableness* dan *neuroticism* sebagai variabel independen, dan *entrepreneurial intentions* sebagai variabel dependen. Dalam penelitian ini menggunakan uji *outer model* yang terdiri dari uji validitas dan reliabilitas, *inner model* yang terdiri dari uji koefisien determinasi, *goodness of fit*, dan pengujian hipotesis.

HASIL UJI STATISTIK

Tabel 1. Hasil pengujian *outer model*

Konstruk		*Loadings*
Self-efficacy : AVE = 0.500, CR = 0.888		
LEV1	Kemampuan mengatasi masalah yang sulit jika berusaha cukup keras.	0.583
LEV2	Keyakinan dapat menangani kejadian tak terduga dengan efisien.	0.646
LEV3	Dapat menemukan solusi ketika berhadapan dengan masalah.	0.747
GEN2	Kemampuan untuk menangani masalah yang tak terduga.	0.707
STR1	Dapat menemukan cara untuk mendapatkan apa yang diinginkan.	0.740
STR2	Berani mengorbankan sesuatu untuk memecahkan sebagian besar masalah.	0.784
STR3	Mudah mendapatkan beragam solusi saat dihadapkan dengan masalah.	0.799
STR4	Kemampuan untuk menangani masalah yang datang dengan menggunakan cara sendiri.	0.621
Conscientiousness : AVE = 0.623, CR = 0.832		
CON3	Seseorang yang cenderung tidak teratur (berantakan / tidak rapih).	0.800
CON4	Seseorang yang cenderung malas.	0.772
CON5	Seseorang yang mudah teralihkan perhatiannya.	0.795

Openness to experiences : AVE = 0.503, CR = 0.802		
OTE1	Seseorang yang ingin tahu tentang banyak hal yang berbeda.	0.644
OTE2	Seseorang yang cerdik, seorang pemikir yang mendalam.	0.717
OTE3	Seseorang yang memiliki imajinasi aktif.	0.759
OTE4	Seseorang yang inventif (pandai menciptakan atau merancang sesuatu yang baru atau unik).	0.714
Extraversion : AVE = 0.652, CR = 0.847		
EXT1	Seseorang yang banyak bicara.	0.648
EXT2	Seseorang yang penuh energi.	0.798
EXT4	Seseorang yang ramah dan mudah bergaul.	0.923
Agreeableness : AVE = 0.689, CR = 0.869		
AGR1	Seseorang yang membantu dan tidak egois dengan orang lain.	0.785
AGR3	Seseorang yang umumnya percaya dengan orang lain.	0.783
AGR4	Seseorang yang perhatian dan baik kepada hampir semua orang.	0.916
Neuroticism : AVE = 0.611, CR = 0.746		
NEU3	Seseorang yang stabil secara emosional, tidak mudah marah.	0.957
NEU4	Seseorang yang mudah merasa gugup.	0.553
Entrepreneurial Intentions : AVE = 0.709, CR = 0.924		
AFE1	Keinginan untuk menjadi pengusaha daripada menjadi karyawan perusahaan.	0.827
KOG1	Memiliki niat untuk mendirikan perusahaan di masa depan.	0.844
KOG2	Memilih karier sebagai wirausaha.	0.906
KON1	Ide memiliki bisnis sendiri merupakan ide yang menarik.	0.846
KON2	Kebebasan mengekspresikan diri dalam bisnis.	0.781

Keterangan: AVE = *Average Variance Extracted*, CR = *Composite Reliability*

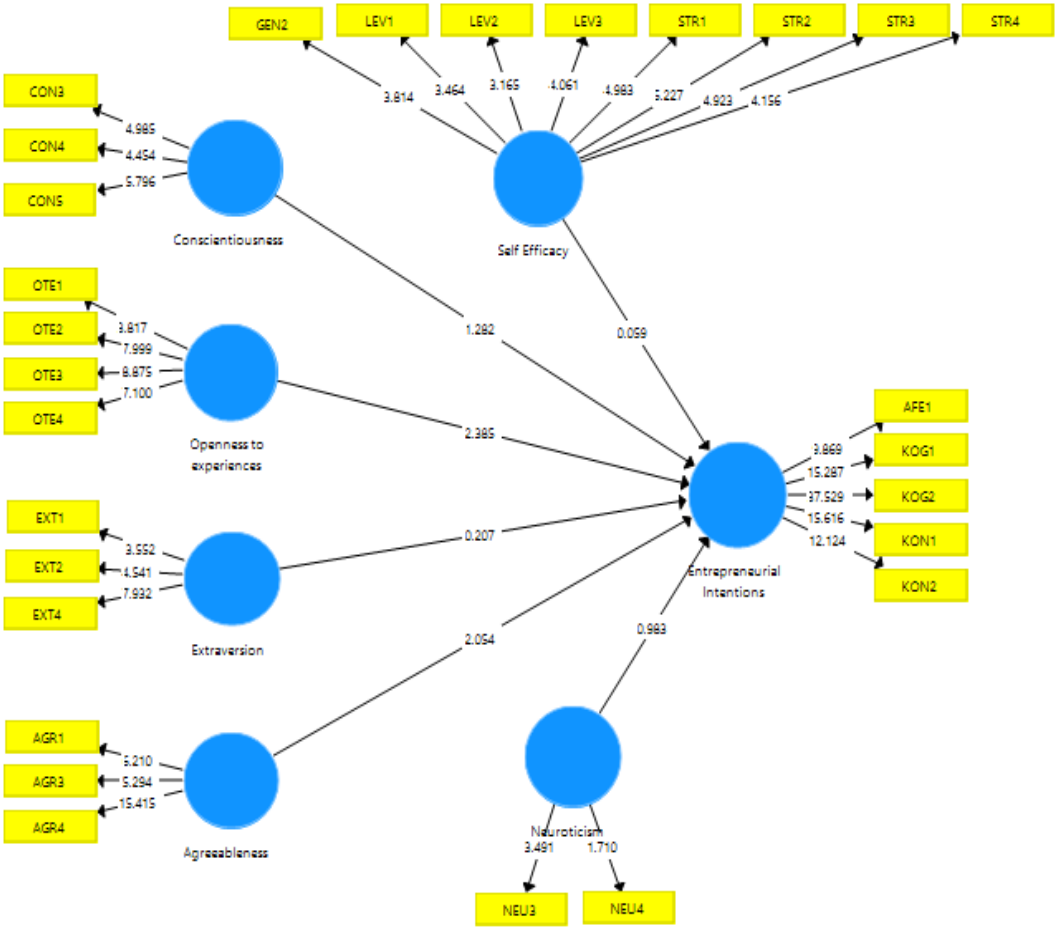
Berdasarkan hasil uji *outer model* dapat dilihat bahwa seluruh indikator dari setiap variabel memenuhi syarat yang telah ditentukan yaitu nilai AVE lebih besar dari 0,5, *loading factor* lebih besar dari 0,5 dan CR lebih besar dari 0,7 sehingga dapat disimpulkan bahwa setiap indikator dan variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid dan reliabel.

Uji *inner model* yang dilakukan pada penelitian ini adalah uji koefisien determinasi (R^2) dan hasil yang di dapatkan adalah sebesar 0,225 yang berarti bahwa 22,5 % dari variabel dependen yaitu minat pembelian dapat dijelaskan oleh variabel-variabel yang terdapat dalam penelitian ini dan sisanya yaitu 77,5% dijelaskan oleh variabel-variabel di luar penelitian ini. Uji selanjutnya adalah *goodness of fit* dan hasil yang didapatkan adalah 0,3712 hal ini menunjukkan bahwa nilai atau tingkat kelayakan model penelitian ini dapat dinyatakan sedang. Berdasarkan teori uji nilai GoF yang dikembangkan oleh (Tenenhaus, 2005) nilai GoF terbagi menjadi 3 kategori yaitu kecil = 0,1, sedang = 0,25 dan besar = 0,38.

Uji hipotesis dapat dilihat melalui T *statistic* atau P *values* di setiap variabel yang terdapat pada tabel *path coefficients* yang merupakan hasil kalkulasi pada *bootstrapping*. Kedua indikator ini dianalisis untuk melihat pengaruh serta signifikansinya.

Tabel 2. Hasil *Bootstrapping*

Variables	*Original Sample*	*Standard Deviations*	*T-statistics*	*P Values*
Self-efficacy → EI	-0,007	0,115	0,059	0,953
Conscientiousness → EI	0,123	0,096	1,282	0,200
Openness to experiences → EI	0,313	0,131	2,385	0,017
Extraversion → EI	-0,021	0,101	0,207	0,836
Agreeableness → EI	0,250	0,122	2.054	0,040
Neuroticism → EI	0,095	0,097	0,983	0,326



Gambar 2. Diagram Hasil Uji *Bootstrapping*

DISKUSI

Hasil pengujian *bootsrapping* menunjukkan bahwa variabel *self-efficacy* tidak berhubungan positif dengan *entrepreneurial intentions.* Hasil pengujian *bootsrapping* menunjukkan bahwa variabel *conscientiousness* tidak berhubungan positif terhadap

entrepreneurial intentions. Hasil pengujian *bootsrapping* menunjukkan bahwa variabel *opennes to experiences* berhubungan positif terhadap *entrepreneurial intentions.* Hasil pengujian *bootsrapping* menunjukkan bahwa variabel *extraversion* tidak berhubungan positif terhadap *entrepreneurial intentions.* Hasil pengujian *bootsrapping* menunjukkan bahwa variabel *agreeableness* berhubungan negatif terhadap *entrepreneurial intentions.* Hasil pengujian *bootsrapping* menunjukkan bahwa variabel *neuroticsm* tidak berhubungan negatif terhadap *entrepreneurial intentions.*

PENUTUP

Berdasarkan hasil pengujian data dalam penelitian ini, *entrepreneurial intentions* mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara tidak dipengaruhi oleh *self-efficacy*, ini berarti keyakinan seseorang terhadap kemampuannya dalam melakukan sesuatu atau *self-efficacy* tidak dapat mempengaruhi minat seseorang untuk berwirausaha. *Entrepreneurial intentions* mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara juga tidak dipengaruhi oleh *conscientiousness,* ini berarti sifat *conscientioueness* dengan karakteristik seperti ketergantungan, tanggung jawab, ketaatan, pertimbangan, orientasi pencapaian, dan perhatian untuk mengikuti aturan yang ditetapkan yang dimiliki oleh seseorang tidak dapat mempengaruhi minat untuk berwirausaha. *Entrepreneurial intentions* mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara juga tidak dipengaruhi oleh *extraversion,* ini berarti tidak semua individu yang ekstrovert memiliki minat untuk berwirausaha, sehingga *extraversion* tidak dapat mempengaruhi minat berwirausaha seseorang. *Neuroticism* tidak berpengaruh negatif terhadap *entrepreneurial intentions* mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara. Tetapi *entrepreneurial intentions* mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara dipengaruhi oleh *openness to experiences.* ini berarti sifat *openness to experiences* dengan karakteristik keingintahuan intelektual, imajinatif, dan kreativitas yang dimiliki seseorang akan mempengaruhi minat untuk berwirausaha. Individu yang memiliki sifat ini cenderung memiliki rasa ingin tahu dalam mencari pengalaman baru dan dengan demikian mereka lebih cenderung memilih kegiatan yang lebih beresiko seperti memulai bisnis baru. Selain itu, *Agreeableness* dapat berpengaruh negatif terhadap *Entrepreneurial intentions* mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara, hal ini disebabkan karena salah satu kelemahan dari *agreeableness* yaitu terlalu percaya dengan orang lain. Subjek akan menerima semua masukan dari orang tua, apabila orang tua tidak setuju nantinya subjek menjadi seorang *entrepreneur* maka orang tua akan menyuruh anaknya untuk tidak menjadi seorang *entrepreneur* sehingga akan mengurangi minat subjek untuk berwirausaha.

Keterbatasan penelitian ini dikarenakan: (1) Peneliti hanya meneliti 3 variabel yang paling sering dibahas oleh peneliti-peneliti sebelumnya yaitu *self-efficacy, personality traits* dan *entrepreneurial intentions*, padahal banyak variabel lain yang berkaitan yang ada pada identifikasi masalah, (2) Penelitian hanya melibatkan subjek penelitian sebayak 100 orang, sehingga hasil yang didapatkan belum mampu untuk digeneralisasikan terhadap kelompok dengan jumlah besar, (3) Kurangnya pengetahuan responden mengenai pernyataan-pernyataan yang ada dalam kuesioner dan durasi waktu yang diberikan oleh para responden sangatlah singkat.

Berdasarkan hasil dan keterbatasan di atas, maka saran yang dapat diberikan untuk peneliti selanjutnya, yaitu menambah variabel lain yang dapat mempengaruhi *entrepreneurial intentions* dan disarankan untuk melakukan prngumpulan data dengan melakukan survei langsung untuk

mendapatkan jumlah perbandingan responden berdasarkan *gender* secara tepat serta menambah jumlah pengambilan sampel.

DAFTAR PUSTAKA

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. Orgnizational Behavior and Human Decision Processes, 50, 179–211.

Akanbi, S. T. (2013). *FAMILIAL FACTORS, PERSONALITY TRAITS AND SELF-EFFICACY AS DETERMINANTS OF ENTREPRENEURIAL INTENTION AMONG VOCATIONAL BASED COLLEGE OF EDUCATION STUDENTS IN OYO STATE, NIGERIA*, *13*(2), 66-76.

Bandura, A. (1994). Self-efficacy. In. VS Ramachaudran. *Encyclopedia of human behavior*, *4*(4), 71-81.

Farrukh, M., Khan, A. A., Shahid Khan, M., Ravan Ramzani, S., and Soladoye, B. S. (2017). Entrepreneurial intentions: the role of family factors, personality traits and self-efficacy. *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, *13*(4), 303-317. doi:10.1108/wjemsd-03-2017-0018

Gelaidan, H. M., and Abdullateef, A. O. (2017). Entrepreneurial intentions of business students in Malaysia. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, *24*(1), 54-67. doi:10.1108/jsbed-06-2016-0078

GRIFFIN, R. W., and MOORHEAD, G. (2013). *Organizational Behavior: Managing People and Oranizations* (11th ed.). Cengage Learning.

John, O. P., and Srivastava, S. (1999). The Big Five trait taxonomy: History, measurement, and theoretical perspectives. *Handbook of personality: Theory and research*, *2*(1999), 102-138.

Kompas Cyber Media. (2017) *Menkop Sebut Rasio Wirausaha Terus Meningkat* (Retrieved from: https://bisniskeuangan.kompas.com/read/2017/03/11/191200526/menkop.sebut.rasio.wirausaha.terus.meningkat/11-03-2017)

Pihie, Z. A., and Bagheri, A. (2013). Self-Efficacy and Entrepreneurial Intention: The Mediation Effect of Self-Regulation. *Vocations and Learning*, *6*(3), 385-401. doi:10.1007/s12186-013-9101-9

Ranwala, R.S. and Dissanayake, D.M.N.S.W. (2016). Big Five Personality Traits and Entrepreneurial Inclination : A Study Based on Sri Lankan Undergraduates. Social and Basic Science Reserach Review, 4(4), 84–98.

Tenenhaus, M., Vinzi, V. E., Chatelin, Y. M., and Lauro, C. (2005). PLS path modeling. *Computational statistics & data analysis*, *48*(1), 159-205.

Yang, J. (2013). The Theory of Planned Behavior and Prediction of Entrepreneurial Intention Among Chinese Undergraduates. *Social Behavior and Personality: an international journal*, *41*(3), 367-376. doi:10.2224/sbp.2013.41.3.367