

Social Support, Personality Traits, Social Innovation Mempengaruhi Intensi Kewirausahaan Sosial: Entrepreneurial Attitude Sebagai Mediasi

Dion Nathanael dan Kartika Nuringsih

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara, Jakarta

Email : dion.115150157@stu.untar.ac.id

Abstract: *The purpose of this research is to examine whether social support, personality traits, social innovation orientation can affect social entrepreneurial intention in Tarumanagara University: entrepreneurial attitude as a mediating variable. The research method used in this study is the coefficient of determination method (R^2) with the result 0,596, predictive relevance (Q^2), effect size (F^2), path coefficient, and hypothesis testing. The populations of this research are all Tarumanagara University students who take entrepreneurial concentration or have taken courses in social entrepreneurship. Data processing techniques using structural equation modeling by using SmartPLS 3.0 program. The results of this study are social support, personality traits, social innovation orientation, and entrepreneurial attitude (mediating variables) significantly to predict social entrepreneurial intention.*

Keywords: *Social Support, Personality Traits, Social Innovation Orientation, Entrepreneurial Attitude (variabel mediasi), dan Intensi Kewirausahaan Sosial.*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui *social support, personality traits, social innovation orientation* mempengaruhi intensi kewirausahaan sosial di Universitas Tarumanagara: *entrepreneurial attitude* sebagai mediasi. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu koefisien determinasi (R^2) dengan hasil sebesar 0,596, *predictive relevance* (Q^2), *effect size* (F^2), *path coefficient*, dan pengujian hipotesis. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Universitas Tarumanagara yang mengambil konsentrasi kewirausahaan atau sudah mengambil mata kuliah kewirausahaan sosial. Teknik pengolahan data menggunakan pemodelan persamaan struktural dengan menggunakan program SmartPLS 3.0. Hasil dari penelitian ini adalah *social support, personality traits, social innovation orientation*, dan *entrepreneurial attitude* (variable mediasi) signifikan mempengaruhi intensi kewirausahaan sosial.

Kata Kunci: *Social Support, Personality Traits, Social Innovation Orientation, Entrepreneurial Attitude (variabel mediasi), dan Intensi Kewirausahaan Sosial.*

LATAR BELAKANG

Istilah kewirausahaan sosial atau yang biasa kita kenal dengan *social entrepreneur* merupakan istilah yang dikenalkan oleh Bill Drayton pada tahun 1972. Bill Drayton merupakan pendiri Ashoka Foundation, salah satu yayasan terbesar yang mendukung dan mengidentifikasi perkembangan wirausahawan sosial di dunia yang menunjukkan bahwa wirausaha sosial berperan untuk menyelesaikan permasalahan sosial yang ada di masyarakat dalam kewirausahaan bukan hanya dengan *social charity*

Kewirausahaan sosial adalah proses di mana solusi yang efektif, inovatif, dan berkelanjutan dipelopori untuk memenuhi tantangan sosial dan lingkungan dikarenakan terjadi perubahan struktur sosial diantara lain adalah ketidakadilan sosial, mengurangi tingkat

kemiskinan, mengatasi pengangguran. Kondisi seperti itu menuntut adanya kepedulian dari berbagai *stakeholder* untuk bisa mengatasi hal-hal seperti ini yang terjadi di masyarakat dan dengan munculnya *socialpreneur* diharapkan bisa membantu dan mengatasi masalah-masalah sosial yang terjadi di masyarakat.

Universitas Tarumanagara sebagai perguruan tinggi yang memiliki komitmen terhadap pengembangan *entrepreneurship*, salah satu cara memperkenalkan *social entrepreneurship* kepada mahasiswa yang berkonsentrasi pada kewirausahaan yaitu dengan mengadakan mata kuliah kewirausahaan sosial sehingga untuk mengetahui dan mengatasi masalah-masalah sosial yang terjadi di dalam masyarakat dan di lingkungan sekitarnya agar dapat bermanfaat bagi kehidupan sosial.

Dari latar belakang tersebut maka akan dilakukan analisis terhadap beberapa faktor yang mempengaruhi intensi kewirausahaan sosial pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara yaitu social support, personality traits, social innovation, dan entrepreneurial attitude (variabel mediasi).

Social Support

Menurut Mair & Noboa (2006) *social support* adalah “*The beliefs a person has about how malleable the context of a behavior is to the will of the individual.*” Menurut Eagle, Hybels, & Proeschold-Bell (2018) *social support* mengacu pada ketersediaan yang dirasakan dan kecukupan pada koneksi sosial.

Beberapa definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa *social support* adalah dukungan sosial yang dibutuhkan pengusaha biasanya didasarkan pada modal sosial mereka dengan kepercayaan dan keyakinan yang dimiliki seseorang tentang seberapa lunak konteks suatu perilaku terhadap kehendak individu untuk membangun wirausaha.

Personality Traits

Menurut Funder (2001) *personality traits* adalah “*personality is defined as an individual’s characteristic pattern of thought, emotion, and behavior, together with the psychological mechanisms behind those patterns.*” Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa *personality traits* adalah kepribadian dari pola karakteristik, emosi, dan perilaku karakteristik seseorang, bersama dengan mekanisme psikologis dibalik pola-pola itu.

Social Innovation Orientation

Menurut Altuna et al (2015), Nga & Shamuganathan, (2010) *social innovation orientation* adalah “*the desire to be an agent of social change who creates new solutions to social problems through capabilities, products, services, processes and/or technology with social value and the possibility to develop social collaboration.*” Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa *social innovation orientation* merupakan keinginan seseorang untuk menjadi agen perubahan sosial yang menciptakan solusi baru untuk masalah sosial melalui kemampuan, produk, layanan, proses, dan teknologi dengan nilai sosial dan kemungkinan untuk mengembangkan kolaborasi sosial dalam berwirausaha.

Entrepreneurial Attitude

Menurut Ajzen (2002, dalam Judith *et al*, 2017) *entrepreneurial attitude* adalah “*social entrepreneurial attitude deals with a personal judgement about the value, benefit, and favorability of entrepreneurship that affects the intention to step into a new venture.*” Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa *entrepreneurial attitude* adalah sikap kewirausahaan sosial berkaitan dengan penilaian pribadi tentang nilai, manfaat, dan kesukaan kewirausahaan yang memengaruhi niat untuk melangkah ke usaha baru.

KAJIAN TEORI

Social support dan intensi kewirausahaan sosial

Menurut Mair & Noboa (2006) *social support* adalah “*The beliefs a person has about how malleable the context of a behavior is to the will of the individual.*” Dalam penelitian yang dilakukan oleh Ip, Wu, Liu dan Liang (2017) menunjukkan bahwa *social support* dapat berpengaruh positif terhadap intensi kewirausahaan sosial. Menurut Mair dan Noboa (2006) dan Hockerts (2017) dukungan sosial yang dirasakan diamati menjadi faktor penting dalam mempromosikan intensi kewirausahaan sosial.

Personality traits dan intensi kewirausahaan sosial

Menurut Funder (2001) *personality traits* adalah “*personality is defined as an individual’s characteristic pattern of thought, emotion, and behavior, together with the psychological mechanisms behind those patterns.*” Dalam penelitian yang dilakukan oleh Ip, Wu, Liu dan Liang (2018) menunjukkan bahwa *personality traits* dapat berpengaruh secara signifikan terhadap intensi kewirausahaan sosial.

Social innovation orientation dan entrepreneurial attitude

Menurut Altuna *et al* (2015), Nga & Shamuganathan, (2010) *social innovation orientation* adalah “*the desire to be an agent of social change who creates new solutions to social problems through capabilities, products, services, processes and/or technology with social value and the possibility to develop social collaboration.*” Dalam penelitian yang dilakukan oleh Judith, Rogelio, dan Nivedita (2017) menunjukkan bahwa *social innovation orientation* dapat berpengaruh positif terhadap *social entrepreneurial attitude*.

Entrepreneurial attitude dan intensi kewirausahaan sosial.

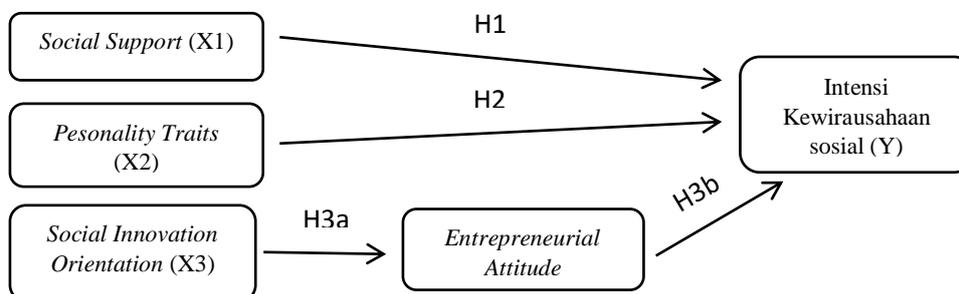
Menurut Ajzen (2002, dalam Judith *et al*, 2017) *entrepreneurial attitude* adalah “*social entrepreneurial attitude deals with a personal judgement about the value, benefit, and favorability of entrepreneurship that affects the intention to step into a new venture.*” Dalam penelitian yang dilakukan oleh Judith, Rogelio, dan Nivedita (2017) menunjukkan bahwa *social entrepreneurial attitude* berpengaruh secara signifikan dapat memediasi pengaruh *social innovation orientation* terhadap intensi kewirausahaan sosial.

Intensi kewirausahaan sosial.

Intensi kewirausahaan sosial adalah “*the self-acknowledged conviction and preparation by a person who intends to establish a new social venture.*” dapat disimpulkan bahwa intensi

kewirausahaan sosial didasarkan pada konsep keyakinan dan persiapan yang diakui oleh seseorang yang berniat membangun usaha sosial baru untuk mengatasi tantangan sosial yang ada dalam bidang bisnis.

Berdasarkan kajian teori yang dikemukakan, maka model penelitiannya adalah sebagai berikut .



Gambar 1. Model Penelitian

Hipotesis dari model yang dibangun di atas adalah sebagai berikut :

Hipotesis 1 : *Social Support* secara positif dapat mempengaruhi Intensi Kewirausahaan Sosial pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara.

Hipotesis 2 : *Personality Traits* dapat mempengaruhi Intensi Kewirausahaan Sosial pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara.

Hipotesis 3a : *Social Innovation Orientation* dapat mempengaruhi *Entrepreneurial Attitude* sebagai variabel mediasi.

Hipotesis 3b : *Entrepreneurial Attitude* dapat memediasi secara positif *Social Innovation Orientation* terhadap Intensi Kewirausahaan Sosial pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan kuesioner yang disebar dengan menggunakan *google form* kepada seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara yang sudah atau sedang mengambil mata kuliah kewirausahaan sosial. Hasil responden yang diperoleh adalah 162 responden, tetapi hanya di ambil 154 responden untuk diteliti karena 8 responden lainnya tidak memenuhi syarat. Pemilihan sampel dilakukan dengan menggunakan *purposive sampling*, karena pengambilan sampel di lakukan dengan cara menetapkan ciri-ciri khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara yang sudah atau sedang mengambil mata kuliah kewirausahaan sosial.

Variabel independen dalam penelitian ini terdiri dari *social support*, *personality traits*, dan *social innovation orientation*, variabel mediasi dalam penelitian ini adalah *entrepreneurial attitude*, sedangkan intensi kewirausahaan sosial sebagai variabel dependen. Dalam penelitian ini menggunakan uji *outer model*, *inner model*, dan pengujian hipotesis.

Hasil Analisis Data

Tabel 1. Hasil pengujian *outer model*

Konstruk		Loadings
<i>Social Support</i> : AVE = 0.625, CR = 0.834		
SS1	Orang-orang akan mendukung saya jika saya ingin memulai sebuah organisasi untuk membantu orang-orang yang terpinggirkan secara sosial	0.805
SS2	Orang-orang akan mendukung saya jika saya berencana untuk mengatasi masalah sosial yang signifikan	0,795
SS3	Dimungkinkan untuk menarik investor ke organisasi yang ingin menyelesaikan masalah sosial	0,771
<i>Personality Traits</i> : AVE = 0.512, CR = 0.945		
PT1	1. <i>Extraversion</i> Saya orang yang suka berbicara	0,881
PT2	Saya orang yang mudah bergaul	0,886
PT3	Saya orang yang pemalu	0,584
PT4	2. <i>Openness to experience</i> Saya seorang yang memiliki penciptaan ide baru	0,862
PT5	Saya adalah orang yang berpikir secara logika	0,888
PT6	Saya memiliki imajinasi yang aktif	0,580
PT7	Saya seorang yang mempunyai kecerdasan tinggi	0,625
PT8	3. <i>Neuroticism</i> Saya orang yang mudah gelisah	0,631
PT9	Saya orang yang tidak mudah iri hati	0,555
PT10	Saya memiliki kekhawatiran yang berlebih	0,638
PT11	4. <i>Conscientiousness</i> Saya orang yang membuat rencana dan menjalankannya	0,885

PT12	Saya orang yang teliti	0,563
PT13	Saya seorang yang cenderung menjadi teratur	0,574
PT14	Saya melakukan hal yang efisien	0,655
PT15	5. <i>Agreeableness</i> Saya orang yang bersimpati	0,624
PT16	Saya orang yang tidak kasar	0,636
PT17	Saya orang yang sopan	0,883
<i>Social Innovation Orientation : AVE = 0.506, CR = 0.877</i>		
SIO1	Saya proaktif dalam mengidentifikasi peluang sosial	0,774
SIO2	Saya dapat melihat resiko sebagai peluang untuk menciptakan nilai sosial	0,669
SIO3	Saya dapat menciptakan nilai sosial melalui barang atau jasa	0,774
SIO4	Saya dapat memberikan keunggulan berkelanjutan melalui barang dan layanan inovatif	0,671
SIO5	Saya mampu menciptakan nilai sosial yang lebih baik dibandingkan dengan pengusaha normal	0,753
SIO6	Saya seorang individu yang fleksibel	0,651
SIO7	Saya seorang individu yang inovatif	0,675
<i>Entrepreneurial Attitude: AVE = 0.551, CR = 0.880</i>		
EA1	Memulai bisnis saya sendiri dalam waktu yang relatif dekat (2 atau 3 tahun) akan menjadi lebih baik	0,769
EA2	Memulai bisnis saya sendiri dalam waktu yang relatif dekat (2 atau 3 tahun) akan menguntungkan	0,740
EA3	Memulai bisnis saya sendiri dalam waktu yang relatif dekat (2 atau 3 tahun) akan membuat nyaman	0,742
EA4	Memulai bisnis saya sendiri dalam waktu yang relatif dekat (2 atau 3 tahun) akan menyenangkan	0,742
EA5	Memulai bisnis saya sendiri dalam waktu yang relatif dekat (2 atau 3 tahun) akan bijaksana	0,689
EA6	Memulai bisnis saya sendiri dalam waktu yang relatif dekat (2 atau 3 tahun) akan diperlukan	0,770
<i>Intensi Kewirausahaan Sosial : AVE = 0.579, CR = 0.846</i>		
INT1	Jika saya dapat memilih, saya lebih memilih menjadi seorang wirausahawan sosial daripada menjadi seorang karyawan	0,727

INT2	Tujuan saya di masa depan adalah menjadi seorang wirausahawan sosial	0,794
INT3	Saya akan mencari nafkah sebagai seorang wirausahawan sosial	0,752
INT4	Bagi saya, menjadi seorang wirausahawan sosial adalah pilihan karier yang memungkinkan	0,770

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

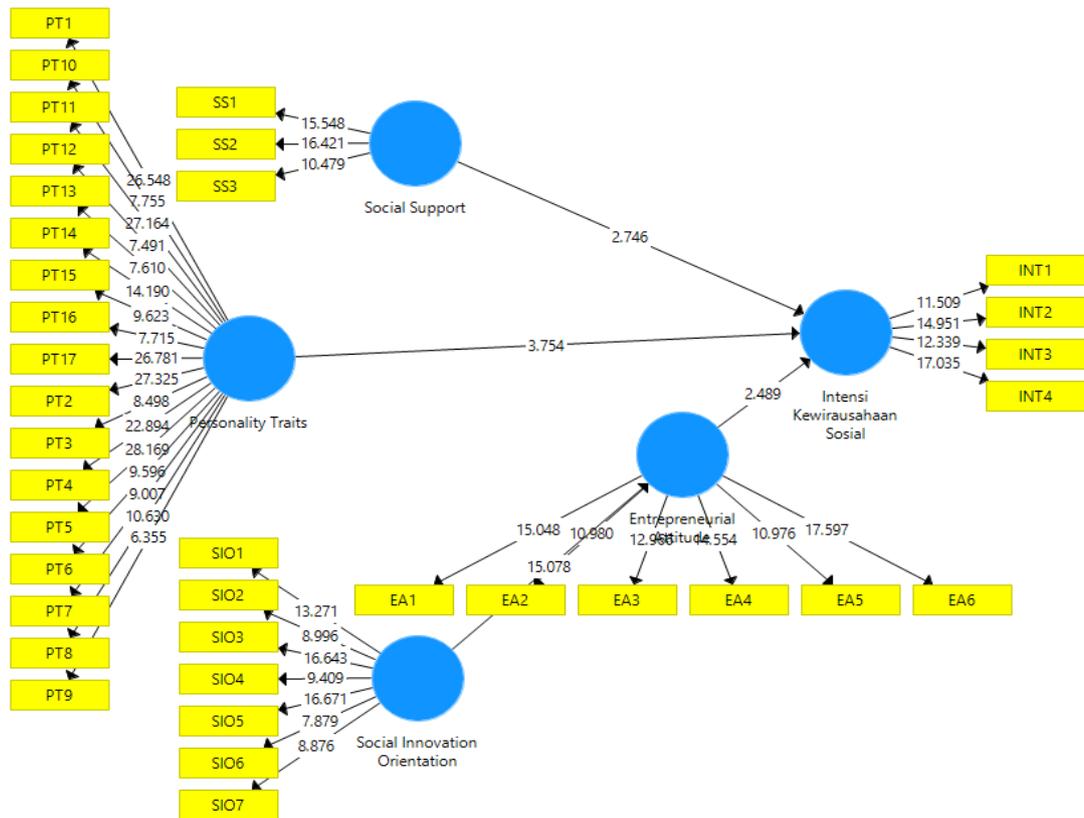
Berdasarkan hasil uji *outer model* dapat dilihat bahwa seluruh indikator dari setiap variabel memenuhi syarat yang telah ditentukan yaitu indikator yang memiliki nilai *loading factor* < 0,4 dapat dihapus dari model penelitian, sementara indikator dapat dinyatakan baik apabila memiliki nilai *loading factor* > 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 0.596 yang berarti bahwa 59,6 % variasi dari variabel dependen yaitu minat pembelian dapat dijelaskan oleh variabel-variabel yang terdapat dalam penelitian ini dan sisanya yaitu sebesar 41,4% dijelaskan oleh variabel-variabel di luar penelitian ini.. Menurut Hair et al. (2011), nilai R^2 dalam penelitian ini tergolong moderat. Uji selanjutnya adalah *predictive relevance* (Q^2) dan hasil yang didapatkan adalah 0.315 ($Q^2 > 0$) yang berarti konstruk variabel yang terdapat dalam penelitian ini relevan untuk mengukur model penelitian yang telah terbentuk sebelumnya dengan baik. Uji berikutnya adalah *effect size* (f^2), berarti bahwa konstruk variabel yang terdapat dalam penelitian ini relevan untuk mengukur model penelitian yang telah terbentuk sebelumnya dengan baik.

Tabel 2. Hasil Bootstrapping

Variabel	Path coefficients	t-statistics	p-values
Social Support -> Intensi Kewirausahaan Sosial	0,264	2,746	0,006
Personality Traits -> Intensi Kewirausahaan Sosial	0,324	3,754	0,000
Social Innovation Orientation -> Entrepreneurial Attitude	0,812	15,078	0,000
Entrepreneurial Attitude -> Intensi Kewirausahaan Sosial	0,285	2,489	0,013

Nilai yang dihasilkan dari *path coefficients* menunjukkan bahwa nilai pengaruh variabel *social support* terhadap intensi kewirausahaan sosial memiliki arah yang positif yaitu sebesar 0,264; nilai pengaruh variabel *personality traits* terhadap intensi kewirausahaan sosial memiliki nilai *path coefficients* yang berarah positif yaitu sebesar 0,324; nilai pengaruh variabel *social innovation orientation* terhadap *entrepreneurial attitude* yang berarah positif yaitu sebesar 0.812 kemudian nilai pengaruh variabel mediasi *entrepreneurial attitude* terhadap intensi kewirausahaan sosial memiliki nilai *path coefficients* yang berarah positif yaitu sebesar 0,089.



Gambar 2. Hasil *Boostrapping*

DISKUSI

Nilai *path coefficients* digunakan untuk mengetahui hubungan antar variabel pada penelitian ini dan tingkat signifikansi dalam pengujian hipotesis. Menurut Hair *et al.* (2011) nilai *original sample* yang berada antara -1 sampai dengan +1 diindikasikan sebagai variabel yang mempunyai hubungan negatif sampai dengan positif. Nilai t-statistik harus memiliki nilai di atas 1,96 atau *p-values* dibawah 0,05 (5%) untuk dapat dikatakan memiliki pengaruh signifikan.

Hasil pengujian *boostrapping* menunjukkan bahwa variabel *social support* berpengaruh secara signifikan terhadap intensi kewirausahaan sosial. Hasil pengujian *boostrapping* menunjukkan bahwa variabel *personality traits* berpengaruh secara signifikan terhadap intensi kewirausahaan sosial. Hasil pengujian *boostrapping* menunjukkan bahwa variabel *social innovation orientation* berpengaruh secara signifikan terhadap *entrepreneurial attitude*. Hasil pengujian *boostrapping* menunjukkan bahwa variabel *entrepreneurial attitude* berpengaruh secara signifikan terhadap intensi kewirausahaan sosial.

Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan variabel *social support* terbukti dapat mempengaruhi secara positif intensi kewirausahaan sosial pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Ching Yin Ip *et al* (2017). Pada hipotesis kedua yaitu variabel *personality traits* terbukti dapat mempengaruhi secara positif intensi kewirausahaan sosial pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara. Hasil penelitian ini sesuai

dengan penelitian yang dilakukan oleh Ching Yi Ip *et al* (2018). Pada hipotesis 3a yaitu variabel *social innovation orientation* terbukti dapat mempengaruhi secara positif variabel mediasi *entrepreneurial attitude*. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Arroyo *et al* (2017). hasil pengujian hipotesis H_{3b} yaitu variabel mediasi *entrepreneurial attitude* terbukti dapat memediasi secara positif intensi kewirausahaan sosial pada Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Arroyo *et al* (2017).

Dari hipotesis 1, hipotesis 2, hipotesis 3a, hipotesis 3b pada penelitian ini dapat dikatakan bahwa variabel *social support, personality traits, social innovation orientation* dan variabel mediasi *entrepreneurial attitude* merupakan variabel yang dapat mempengaruhi secara positif variabel dependen yaitu intensi kewirausahaan sosial.

PENUTUP

Berdasarkan hasil pengujian data dalam penelitian ini, *social support* terbukti dapat mempengaruhi secara positif intensi kewirausahaan sosial pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara. Hal ini dibuktikan dengan nilai *t statistics* sebesar 2,746 lebih besar dari *cut off value* sebesar 1,96. *personality traits* terbukti dapat mempengaruhi secara positif intensi kewirausahaan sosial pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara. Hal ini dibuktikan dengan nilai *t statistics* sebesar 3,745 lebih besar dari *cut off value* sebesar 1,96. *social innovation orientation* terbukti dapat mempengaruhi secara positif variabel mediasi *entrepreneurial attitude*. Hal ini dibuktikan dengan nilai *t statistics* sebesar 15,078 lebih besar dari *cut off value* sebesar 1,96. *entrepreneurial attitude* terbukti dapat memediasi secara positif intensi kewirausahaan sosial pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara. Hal ini dibuktikan dengan nilai *t statistics* sebesar 2,489 lebih besar dari *cut off value* sebesar 1,96.

Keterbatasan dari penelitian ini dikarenakan : 1. Dikarenakan adanya keterbatasan waktu dan dana peneliti hanya mengambil sampel yang digunakan hanya sebanyak 154 responden dan hanya pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara yang telah mengambil mata kuliah kewirausahaan sosial. 2. Penelitian ini hanya dilakukan pada satu kawasan yaitu Universitas Tarumanagara. Berdasarkan hasil dan keterbatasan yang telah disebutkan, maka saran yang dapat diberikan untuk peneliti selanjutnya, Peneliti menyarankan untuk dapat menambah variabel-variabel lainnya seperti *creativity, social capital, dan social entrepreneurial self-efficacy*. disarankan untuk mengambil sampel yang tidak hanya dalam lingkungan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara tetapi juga dapat mengambil sampel pada Universitas lain, mengarahkan dan menambah wawasan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi khususnya konsentrasi kewirausahaan, agar para mahasiswa mendapatkan ilmu yang lebih dalam mengenai kewirausahaan sosial dengan dibekali ilmu dan wawasan dari dosen dan Universitas.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Process*, 50, 179–211.
- _____. (2001). Nature and Operation of Attitudes. *Annual Review of Psychology*, 52(1), pp.27-58.

- _____ (2005). *Attitudes, personality and behavior*. New York: McGraw-Hill.
- _____, & Cote, N. G. (2008). *Attitudes and the prediction of behavior*. Dalam Crano, W.D, & Prislín, R. Editors. *Attitudes and Attitude Change* (289-311). New York: Psychology Press.
- Chahine, T. (2016). *Introduction to social entrepreneurship*. Boca Raton, FL: CRC Press, Taylor & Francis Group.
- Cavazos-Arroyo, J., Puente-Díaz, R. and Agarwal, N. (2017). An examination of certain antecedents of social entrepreneurial intentions among Mexico residents. *Review of Business Management*, 19(64), pp.180-218.
- Funder, D. C. (2001). *The personality puzzle* (2nd edn.). New York, NY: Norton.
- Hair, J., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed A Silver Bullet. *The Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2), 139-151.
- Hockerts, K. (2017). Determinants of social entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(1), 105-130. doi:10.1111/etap.12171.
- Hsu, C. and Wang, S. (2018). Social entrepreneurial intentions and its influential factors: A comparison of students in Taiwan and Hong Kong. *Innovations in Education and Teaching International*, 56(3), pp.385-395.
- Ip, C., Wu, S., Liu, H. and Liang, C. (2017). Revisiting the Antecedents of Social Entrepreneurial Intentions in Hong Kong. *International Journal of Educational Psychology*, 6(3), p.301.
- _____. (2018). Social Entrepreneurial Intentions of Students from Hong Kong. *The Journal of Entrepreneurship*, 27(1), pp.47-64.
- KOMPASIANA. (2019). *Apa Itu Wirausaha Sosial?*. [online] Available at: <https://www.kompasiana.com/gamalalbinaid/5acefe40dd0fa822f3099e62/apa-itu-wirausaha-sosial?page=all> [Accessed 25 Jun. 2019].
- Mair, J., & Noboa, E. (2006). Social entrepreneurship: How intentions to create a social venture are formed. In J. Mair, J. Robinson & K. N. Hockerts (Eds.), *Social entrepreneurship* (pp. 121-135). Basingstoke, U.K.: Palgrave MacMillan.
- Nga, J. K., & Shamuganathan, G. (2010). The influence of personality traits and demographic factors on social entrepreneurship start up intentions. *Journal of Business Ethics*, 95(2), 259-282.