

PENGARUH *BIG FIVE PERSONALITY* DAN *ENTREPRENEURIAL SELF EFFICACY* TERHADAP INTENSI BERWIRAUSAHA

Angela¹, Meike Kurniawati² & Ninawati³

¹Program Studi Sarjana Psikologi, Universitas Tarumanagara Jakarta
Email: angela.705180205@stu.untar.ac.id

²Fakultas Psikologi, Universitas Tarumanagara Jakarta
Email: meikek@fpsi.untar.ac.id

³Fakultas Psikologi, Universitas Tarumanagara Jakarta
Email: ninawati@fpsi.untar.ac.id

Masuk : 15-06-2022, revisi: 25-03-2024, diterima untuk diterbitkan : 28-04-2024

ABSTRACT

The Indonesian economy experienced a decline due to the COVID-19 pandemic; however, this was not the case for startups, which saw positive growth. The aim of this study is to understand and test the impact of the Big Five personality traits and Entrepreneurial Self-Efficacy (ESE) on entrepreneurial intention. This is a quantitative research study using non-probability sampling techniques, specifically purposive sampling. The subjects of this study include 392 students studying in the Jabodetabek area. The results indicate a significant effect of the Big Five personality traits and ESE on entrepreneurial intention, with $r = 0.832$ and $p = 0.000 < 0.05$. The results show that higher ESE leads to a higher entrepreneurial intention. According to regression analysis, the effect of the Big Five personality dimension of extraversion and ESE on entrepreneurial intention is 0.876 (R), which falls into the very strong category. Regression testing of agreeableness, ESE, and entrepreneurial intention shows $F(2,76) = 41.787$, $p = 0.000 < 0.05$. The impact of the Big Five personality dimension of agreeableness and ESE on entrepreneurial intention is 0.724 (R), which is categorized as strong. The combined contribution of agreeableness and ESE to entrepreneurial intention is 52.4%. The effect of the Big Five personality dimension of conscientiousness and ESE on entrepreneurial intention is 0.640 (R), categorized as strong. The combined contribution of conscientiousness and ESE to entrepreneurial intention is 41.0%. The effect of the Big Five personality dimension of neuroticism and ESE on entrepreneurial intention shows $F(2,13) = 2.851$, $p = 0.094 > 0.05$, indicating that neuroticism and ESE do not affect entrepreneurial intention. Regression testing of openness, ESE, and entrepreneurial intention shows $F(2,142) = 131.870$, $p = 0.000 < 0.05$. The effect of the dimension of openness and ESE on entrepreneurial intention is 0.806 (R), which is categorized as strong. The combined contribution of openness and ESE to entrepreneurial intention is 65.0%.

Keywords: big five personality, entrepreneurial self efficacy, entrepreneurial intention

ABSTRAK

Perekonomian Indonesia mengalami penurunan disebabkan pandemi COVID-19, namun tidak demikian dengan startup yang bertumbuh positif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menguji pengaruh antara big five personality dan ESE terhadap intensi berwirausaha. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan teknik sampling non-probability sampling yaitu purposive sampling. Subyek dalam penelitian ini melibatkan 392 mahasiswa yang berkuliah di Jabodetabek. Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan antara big five personality dan ESE terhadap intensi berwirausaha dengan $r = 0.832$ dan $p = 0.000 < 0.05$. Hasil menunjukkan bahwa semakin tinggi ESE maka intensi berwirausaha akan semakin tinggi. Berdasarkan analisis regresi pengaruh big five personality dimensi extraversion, dan ESE terhadap intensi wirausaha sebesar 0.876 (R) termasuk kategori sangat kuat. Hasil pengujian regresi antara kepribadian agreeableness, ESE terhadap intensi wirausaha menunjukkan $F(2,76) = 41.787$, $p = 0.000 < 0.05$. Pengaruh big five personality dimensi agreeableness, dan ESE terhadap intensi wirausaha sebesar 0.724 (R) termasuk kategori kuat. Kontribusi big five personality dimensi agreeableness dan ESE secara bersama-sama terhadap intensi wirausaha sebesar 52,4%. Pengaruh big five personality dimensi conscientiousness, dan ESE terhadap intensi wirausaha sebesar 0.640 (R) termasuk kategori kuat. Kontribusi big five personality dimensi conscientiousness dan ESE secara bersama-sama terhadap intensi wirausaha sebesar 41,0%. Pengaruh big five personality dimensi neuroticism, dan ESE terhadap intensi wirausaha menunjukkan $F(2, 13) = 2.851$, $p = 0.094 > 0.05$. Artinya pada dimensi neuroticism, dan ESE tidak berpengaruh terhadap intensi wirausaha. Hasil pengujian regresi antara kepribadian openness, ESE terhadap intensi wirausaha menunjukkan $F(2,142) = 131.870$, $p = 0.000 < 0.05$. Pengaruh dimensi openness, dan ESE terhadap intensi wirausaha sebesar 0.806 (R) termasuk kategori kuat. Kontribusi big five personality dimensi openness dan ESE secara bersama-sama terhadap intensi wirausaha sebesar 65,0%.

Kata Kunci: *big five personality*, *entrepreneurial self efficacy*, intensi berwirausaha

1. PENDAHULUAN

Pada tahun 2020 Indonesia dihadapkan pada masa pandemi yang menyebabkan penurunan perekonomian serta penjualan di Indonesia. Perekonomian menurun 0.3% bahkan hampir menyentuh pertumbuhan ekonomi negatif pada minus 2.6%, namun tidak demikian dengan perusahaan rintisan (*startup*). Pada tahun 2021 sebanyak 2.229 *startup* yang tercatat, tumbuh 0.36% dibandingkan tahun sebelumnya. Indonesia menduduki urutan ke lima dengan jumlah *startup* terbanyak di seluruh dunia. Kompas (2020) mencatat, pengusaha yang bergerak pada bidang minuman, mengatakan bahwa perusahaannya mengalami kenaikan seratus persen bahkan membuka lowongan pekerjaan. Berdasarkan data dari BPS (Badan Pusat Statistik) pada tahun 2017, jumlah wirausaha di tanah air telah tembus 3.1 persen dari total jumlah penduduk yang saat ini sekitar 260 juta jiwa. Angka ini mengalami peningkatan dari tahun 2016 yang hanya memiliki rasio 1.65 persen. Pertumbuhan wirausaha di Indonesia ini dapat terjadi karena meningkatnya intensi untuk berwirausaha (Koran Jakarta, 2019). Ketika mahasiswa memasuki perkuliahan para mahasiswa sudah mempersiapkan jenjang karir, jenjang karir yang berbagai macam salah satunya yaitu wirausahawan.

Dilihat dari fenomena di atas tampak bahwa pertumbuhan wirausaha cukup pesat, intensi orang berwirausaha tinggi. Intensi berwirausaha adalah tekad seseorang untuk melakukan wirausaha. Faktor yang mempengaruhi intensi berwirausaha adalah kebutuhan prestasi, setiap individu memiliki keinginan untuk berprestasi, seperti berjuang dan memenuhi standar kemahiran untuk menjadi ahli. Faktor pengaruh lingkungan, lingkungan berpengaruh dalam mendukung seseorang menjadi wirausahawan. Selain itu salah satu faktor yang mempengaruhi adalah kepribadian, kepribadian seseorang memainkan peran penting dalam intensi. Kepribadian menentukan apakah seseorang dapat menjadi wirausahawan, seperti menemukan bisnis baru atau untuk mengembangkan temuan yang sudah ada. Kepribadian mempunyai peran yang cukup signifikan dalam menumbuhkan intensi berwirausaha, pribadi yang memiliki skor tinggi terhadap kepribadian tertentu memiliki perilaku yang terkait dengan intensi berwirausaha maka dapat dikatakan bahwa akan menjadi pengusaha yang sukses (Zhao *et al.*, 2010).

Dinamika penelitian ini mempertimbangkan *big five personality* dan *Entrepreneurial Self Efficacy* (*ESE*) sebagai faktor penentu intensi wirausaha dikarenakan peneliti terdahulu masih sedikit Serta melihat penelitian terdahulu tentang bagaimana karakteristik pribadi, *big five personality* dan *ESE* dalam niat kewirausahaan (Zhao & Seibert, 2006; Zhao *et al.*, 2010), *self efficacy* berperan penting dalam terciptanya intensi. *Self efficacy* adalah penilaian individu tentang kemampuan sendiri untuk merancang perilakunya dalam mencapai kinerja yang lebih baik. Seseorang yang memiliki *self efficacy* yang tinggi maka akan berpengaruh pada bagaimana cara berpikir, merasakan, memotivasi dirinya dan berperilaku. *Entrepreneurial Self Efficacy* (*ESE*) secara signifikan terkait dengan niat kewirausahaan, seseorang dengan tingkat *ESE* yang tinggi mungkin juga memiliki niat kerja yang kuat untuk berkarir kewirausahaan. Dimensi *ESE* terdiri dari empat yaitu pertama, *searching* dikaitkan dengan ide dan pencarian peluang. Kedua, *planning* melibatkan pengembangan rencana bisnis seperti analisis pasar, keuangan, dan operasional yang terperinci. Ketiga, *marshaling* yaitu mencari tenaga kerja yang dibutuhkan untuk meluncurkan bisnis. Keempat, *implementing* yaitu tugas mengarahkan kegiatan organisasi dan pengambilan keputusan (Murugesan & Jayavelu, 2017).

Berdasarkan uraian di atas, dapat dirumuskan masalah, yaitu apakah terdapat Pengaruh dimensi *big five personality* dan *entrepreneurial self efficacy* terhadap intensi berwirausaha?

2. METODE PENELITIAN

Berdasarkan data yang terkumpul, terdapat 410 partisipan dalam penelitian ini. Namun, pada saat melakukan uji *outlier* terdapat 18 partisipan yang menjadi *outlier* sehingga data partisipan tersebut tidak dapat dilibatkan dalam penelitian. Partisipan dalam penelitian memiliki rentang usia dari 18-22 tahun. Gambaran partisipan berdasarkan dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1
 Gambaran Partisipan berdasarkan Usia

Kategori	Frekuensi (n=392)	Persentase (%)
Usia (Tahun)		
18	46	11.7
19	58	14.8
20	66	16.8
21	159	40.6
22	63	16.1
Jenis Kelamin		
Perempuan	232	59.2
Laki - laki	160	40.8
Kepribadian		
<i>Openness</i>	145	37.0
<i>Agreeableness</i>	79	20.2
<i>Conscientiousness</i>	40	10.2
<i>Extraversion</i>	24	6.1
<i>Neuroticism</i>	16	4.1
“campuran”	88	22.4

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk mengukur kepribadian *big five* menggunakan alat ukur dari Bagian Riset dan Pengukuran Fakultas Psikologi Universitas Tarumanagara (2015). Pada alat ukur kepribadian *big five* ini terdiri dari 44 butir, terdiri dari 5 faktor *trait* yaitu *Openness to experience (openness)*, *Conscientiousness*, *Extraversion*, *Agreeableness*, dan *Neuroticism*. Dengan jumlah 29 butir positif dan 15 butir negatif yang dibagi dalam lima dimensi. Skala *likert* digunakan dengan pilihan jawaban sangat setuju, setuju, ragu - ragu, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Seluruh butir memenuhi syarat yaitu *corrected item-total correlation* diatas 0.2. Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada Tabel 2

Tabel 2
 Uji Reliabilitas Kepribadian Big Five

Dimensi	Cronbach's Alpha (α)	Jumlah Butir
<i>Extraversion</i>	0.928	8
<i>Agreeableness</i>	0.915	9
<i>Conscientiousness</i>	0.919	9
<i>Neuroticism</i>	0.918	8
<i>Openness</i>	0.934	10

Untuk mengukur *Entrepreneurial Self Efficacy (ESE)* menggunakan kuesioner terdiri dari 6 dimensi yaitu *searching*, *planning*, *marshaling*, *implementing people*, *implementing financial*, dan *attitude toward venturing* dimensi tersebut dibuat 19 butir oleh Mcgee (Mcgee et al., 2009) seluruh butir yang digunakan positif dilakukan modifikasi untuk menyesuaikan pada subyek yang dipilih. Peneliti melakukan *tryout* untuk mengukur reliabilitas dari skala *ESE* untuk setiap dimensi sebelum skala ini dibentuk menjadi kuesioner yang akan digunakan untuk mengambil data penelitian.

Tabel 3
Uji Reliabilitas ESE

Dimensi	Cronbach's Alpha (α)	Jumlah Butir
<i>Searching</i>	0.833	3
<i>Planning</i>	0.818	4
<i>Marshaling</i>	0.792	3
<i>Implementing People</i>	0.829	6
<i>Implementing Financial</i>	0.912	3
<i>Attitude Toward Venturing</i>	0.834	3

Peneliti melakukan pengukuran reliabilitas dengan jumlah partisipan yang telah memenuhi sampling dari skala *entrepreneurial self efficacy* dan memperoleh hasil *Cronbach's Alpha* (α) = 0.980. Tidak ada butir yang gugur dalam uji reliabilitas karena seluruh butir skala ESE memiliki nilai *corrected item-total correlation* lebih dari 0.2. Untuk mengukur intensi wirausaha menggunakan kuesioner terdiri dari 4 dimensi yaitu *personal attitude*, *subjective norm*, *perceived behavioral control*, dan *entrepreneurial intention* dimensi tersebut dibuat 20 butir oleh Linan dan Chen (Liñán & Chen., 2009) seluruh butir yang digunakan positif. Menggunakan skala *likert* dengan pilihan jawaban 1 - 7 (Sangat setuju, Setuju, Agak setuju, ragu - ragu, agak tidak setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju) dilakukan adaptasi bahasa, yaitu berupa menerjemahkan setiap butir. Hasil reliabilitas dari skala intensi wirausaha *Cronbach's Alpha* (α) = 0.989. Tidak ada butir yang gugur dalam uji reliabilitas karena seluruh butir skala intensi wirausaha memiliki nilai *corrected item-total correlation* lebih dari 0.2.

Pengaruh *big five personality* dan *entrepreneurial self efficacy*

Hasil pengujian regresi antara kepribadian *extraversion*, ESE terhadap intensi wirausaha menunjukkan $F(2,21) = 34.632$, $p = 0.000 < 0.05$. Berdasarkan analisis regresi pengaruh *big five personality* dimensi *extraversion*, dan ESE terhadap intensi wirausaha mempunyai koefisien sebesar 0.876 (R) termasuk kategori sangat kuat. Nilai R-square menunjukkan 0.767 artinya kontribusi *big five personality* dimensi *extraversion* dan ESE secara bersama-sama terhadap intensi wirausaha sebesar 76,7%, sedangkan sebesar 23% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian.

Hasil pengujian regresi antara kepribadian *agreeableness*, ESE terhadap intensi wirausaha menunjukkan $F(2,76) = 41.787$, $p = 0.000 < 0.05$. Pengaruh *big five personality* dimensi *agreeableness*, dan ESE terhadap intensi wirausaha sebesar 0.724 (R) termasuk kategori kuat. Nilai R-square menunjukkan 0.524 artinya kontribusi *big five personality* dimensi *agreeableness* dan ESE secara bersama-sama terhadap intensi wirausaha sebesar 52,4%, sisanya 47,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Pengaruh *big five personality* dimensi *conscientiousness*, dan ESE terhadap intensi wirausaha sebesar 0.640 (R) termasuk kategori kuat. Nilai R-square menunjukkan 0.410 artinya kontribusi *big five personality* dimensi *conscientiousness* dan ESE secara bersama-sama terhadap intensi wirausaha sebesar 41,0%, sisanya 59% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Pengaruh *big five personalty* dimensi *neuroticism*, dan ESE terhadap intensi wirausaha menunjukkan $F(2, 13) = 2.851$, $p = 0.094 > 0.05$. Artinya pada *big five personalty* dimensi *neuroticism*, dan ESE tidak berpengaruh terhadap intensi wirausaha.

Hasil pengujian regresi antara kepribadian *openness*, ESE terhadap intensi wirausaha menunjukkan $F(2,142) = 131.870$, $p = 0.000 < 0.05$. Pengaruh *big five personality* dimensi *openness*, dan ESE terhadap intensi wirausaha sebesar 0.806 (R) termasuk kategori kuat. Nilai R-square menunjukkan 0.650 artinya kontribusi *big five personality* dimensi *openness* dan ESE secara bersama-sama terhadap intensi wirausaha sebesar 65,0%, sisanya 35,0% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Tabel 4
Hasil Uji Regresi

Pengujian terhadap Intensi Wirausaha	F	P	R ²
<i>extraversion</i> dan ESE	34.632	0.000	0.767
<i>agreeableness</i> dan ESE	41.787	0.000	0.524
<i>conscientiousness</i> dan ESE	12.838	0.000	0.410
<i>neuroticism</i> dan ESE	2.851	0.094*	---
<i>openness</i> dan ESE	131.870	0.000	0.650

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian pada kepribadian *big five* kepribadian *openness*, *extraversion*, *agreeableness*, *conscientiousness* dan ESE dapat disimpulkan memiliki pengaruh terhadap intensi wirausaha. Individu yang memiliki kepribadian dan *self efficacy* ini ketika memulai wirausaha lebih memungkinkan berhasil dan bertahan. Kepribadian *neuroticism* dan ESE tidak memiliki pengaruh terhadap intensi wirausaha.

Ciri dari kepribadian *Neuroticism* akan mudah frustrasi jika dihadapkan oleh masalah besar yang berbeda dan berubah setiap harinya, sehingga individu yang memiliki tingkat neurotik tinggi secara negatif mempengaruhi perilaku wirausaha karena mereka rentan terhadap stress. Hal ini didukung oleh Fiske et al. (2010) bahwa individu yang neurotik akan menganggap masalah kecil sebagai situasi yang sangat sulit dan situasi biasa sebagai ancaman. Ciri dari kepribadian *extraversion* memiliki tingkat sosial yang tinggi dapat bergaul dengan orang lain Selain itu, menjadi pribadi ini dapat memiliki keuntungan lebih seperti pengembangan jaringan sosial, yang pada akhirnya menghasilkan kemitraan yang lebih kuat dengan pemasok dan pelanggan (Baker, 1994; Barringer & Greening, 1998). Kemampuan untuk membangun jaringan dengan pemasok, penasihat, dan pelanggan adalah tugas penting, dan melakukannya secara efektif akan meningkatkan kemungkinan keberhasilan usaha (Baron & Markman, 2000), yang berpuncak pada kelangsungan hidup jangka panjang. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Ciavarella et al. (2004) bahwa terdapat korelasi antara kepribadian *extraversion* terhadap intensi wirausaha.

Conscientiousness merupakan salah satu ciri kepribadian yang teliti, memiliki tekad, kaku, dan motivasi tinggi. *Conscientiousness* mempengaruhi intensi wirausaha namun hubungan antara kepribadian ini terhadap intensi wirausaha *negatif*, individu yang memiliki kepribadian ini suka akan keteraturan dan juga kaku. Wirausaha membutuhkan perubahan-perubahan setiap harinya, di mana memiliki beberapa strategi yang dapat berubah, dan mengikuti arus (*trend*) yang ada sehingga hal ini membuat wirausaha bertahan. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Awwad, M.A., dan Al-Aseer, R.M.N (2021) bahwa tidak terdapat pengaruh langsung antara *conscientiousness* terhadap intensi wirausaha. Namun berbeda dengan hasil ESE terdapat hubungan signifikan terhadap intensi wirausaha. Individu kepribadian *openness* memiliki rasa keingintahuan yang besar, kreatif, dan imajinasi yang dikaitkan dengan peluang (Ciavarella et al., 2004). Kepribadian *openness* yang tinggi maka memiliki intensi terhadap wirausaha tinggi, kepribadian ini dapat menggambarkan ketertarikan terhadap hal-hal baru dan jangkauan minat mereka yang luas. Kreativitas sangat penting dalam berwirausaha karena wirausahawan harus

memiliki inovasi terbaru, cara pemecahan masalah yang kreatif sehingga perusahaan tersebut dapat menonjol. Selain itu, ada keinginan untuk mencoba sesuatu yang baru yang belum pernah dilakukan, sehingga memiliki pengalaman yang kaya dapat digabungkan oleh imajinasi dan kreativitas yang telah dimiliki. Sehingga dapat dikatakan individu yang memiliki kepribadian *openness* lebih dapat berhasil untuk memulai *startup*.

Untuk penelitian selanjutnya dapat memasukan dan memperluas usia partisipan yang akan diteliti hal ini untuk melihat pada setiap fase perkembangan yang berbeda. Selain itu mungkin dapat dilanjutkan juga dengan ciri dari partisipan yang mendapat pengalaman wirausaha dari keluarganya. Partisipan sebagai mahasiswa perlu juga mendapat dukungan dari Universitas mengenai ide-ide wirausaha sehingga dapat mendorong para mahasiswa menjadi lebih kreatif. Untuk mahasiswa dapat melakukan eksplorasi mengenai wirausaha yang diminati dan mengikuti berbagai lomba yang diadakan dengan tema wirausaha.

Ucapan Terima Kasih (Acknowledgement)

Terimakasih kepada para dosen yang telah membantu dalam proses penyelesaian jurnal ini. Terima kasih kepada para partisipan yang bersedia mengisi kuesioner sehingga penelitian ini dapat diselesaikan tepat waktu.

REFERENSI

- Baker, W. E. (1994). *Networking smart: How to build relationships for personal and organizational succes*. McGraw-Hill.
- Baron, R. A., & Markman, G. D. (2000). Beyond social capital: How social skills can enhance entrepreneurs' success. *Academy of Management Perspectives*, 14(1), 106-116. <https://doi.org/10.5465/ame.2000.2909843>.
- Barringer, B. R., & Greening, D. W. (1998). Small business growth through geographic expansion: A comparative case study. *Journal of Business Venturing*, 13(6), 467-492. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(97\)00038-4](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(97)00038-4).
- Chen, C. C., Greene, P. G., & Crick, A. (1998). Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers?. *Journal of Business Venturing*, 13(4), 295-316. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(97\)00029-3](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(97)00029-3).
- Ciavarella, M. A., Buchholtz, A. K., Riordan, C. M., Gatewood, R. D., & Stokes, G. S. (2004). The big five and venture survival: Is there a linkage?. *Journal of Business Venturing*, 19(4), 465-483. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2003.03.001>.
- Fiske, S. T., Gilbert, D. T., & Lindzey, G. (2010). *Handbook of social psychology (vol. 1)*. John Wiley and Sons.
- Koran Jakarta. (2019). *Jumlah wirausaha tembus 3,1 persen*. Koran Jakarta. <http://www.koran-jakarta.com/jumlah-wirausaha-tembus-3-1-persen/>.
- Liñán, F., & Chen, Y. W. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 593-617. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00318.x>.
- McGee, J. E., Peterson, M., Mueller, S. L., & Sequeira, J. M. (2009). Entrepreneurial self-efficacy: Refining the measure. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(4), 965-988. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00304>.
- Murugesan, R., & Jayavelu, R. (2017). The influence of big five personality traits and self-efficacy on entrepreneurial intention: The role of gender. *Journal of Entrepreneurship and Innovation in Emerging Economies*, 3(1), 41-61. <https://doi.org/10.1177/2393957516684569>.

- Zhao, H., & Seibert, S. E. (2006). The big five personality dimensions and entrepreneurial status: a meta-analytical review. *Journal of Applied Psychology*, *91*(2), 259–271. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/0021-9010.91.2.259>.
- Zhao, H., Seibert, S. E., & Lumpkin, G. T. (2010). The relationship of personality to entrepreneurial intentions and performance: A meta-analytic review. *Journal of Management*, *36*, 381–404. <https://doi.org/10.1177/0149206309335187>.