

**PENGARUH *PERCEIVED DESIRED, VIABILITY, DAN BEHAVIOR CONTROL*
TERHADAP *ENTREPRENEURIAL INTENTION* PADA MAHASISWA DI
SURABAYA**

Veronika Rahmawati*

Santho Vlennerly Mettan

Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya

Jalan Dinoyo 42 – 44, Keputran, Kec. Tegalsari, Surabaya, Jawa Timur 60265., Indonesia

Email: veronika@ukwms.ac.id*, dan vlennerly@ukwms.ac.id

Diterima 29 Mei 2023, direvisi 26 Juni 2023, disetujui 12 Juli 2023

ABSTRAK

Permasalahan para *entrepreneur* muda yang berada di Indonesia merupakan salah satu persoalan mendesak bagi suksesnya pembangunan dan pemerintah terus menggalakkan kegiatan yang mendukung terbentuknya para wirausahawan muda di Indonesia. Salah satu kelompok dimasyarakat yang mampu dan berkompeten untuk menjadi wirausahawan adalah para kaum muda termasuk didalamnya adalah mahasiswa. Para kaum muda inilah yang merupakan masa depan dari penggerak perekonomian dan kemajuan suatu bangsa. Pemerintah semakin mendukung kegiatan kewirausahaan pada generasi muda, salah satunya dengan dicetuskannya program Kampus Merdeka yang salah satu tujuannya adalah untuk akselerasi *entrepreneurship* dan pemulihan ekonomi bangsa. Pengadaan sebuah lapangan pekerjaan yang baru akan terus diusahakan oleh pemerintah, dan para kaum muda ini kedepannya besar harapan dapat bisa membantu mewujudkan usaha pemerintahan salah satunya dengan menjadi seorang wirausahawan. Penelitian ini ingin meneliti lebih lagi mengenai hal-hal apa yang akan mempengaruhi *Entrepreneurial Intention* yang dilihat dari sisi *Perceived Desired*, *Perceived Viability*, dan *Perceived Behavior Control* pada mahasiswa di Surabaya. Rencana dari pengembangan penelitian setelah penelitian ini adalah untuk memperluas jangkauan penelitian yakni pada variabel-variabel yang lain yang mampu mempengaruhi *Entrepreneurial Intention* yang tidak hanya dilihat dari *Perceived Desired*, *Viability*, dan *Behavior Control* saja. Hipotesis penelitian ada 3, memakai teknis analisis regresi berganda, dan menyebarkan kuesioner kepada mahasiswa Surabaya sejumlah 208 orang. Hasil penelitian menunjukkan dari 3 hipotesis semuanya diterima, namun untuk hipotesis pertama memiliki pengaruh secara negatif. Rencana tindak lanjut penelitian akan ditambahkan variabel baru dan obyek yang lebih beragam.

Kata Kunci: Ekonomi Bisnis, *Entrepreneurial intention*, *Marketing*, *Theory Planned Behavior*, *Young Entrepreneur*

JEL: M21, M31, L26

ABSTRACT

Young Entrepreneur is an urgent issue for the success of Indonesian society development. Government continues to promotes activities that form Indonesian Young Entrepreneurs, especially qualified community groups which contain students. Young people and students are the future generation which drives economic development in a nation. The government also supporting entrepreneurial activities gradually for the younger generation which indicated in the Kampus Merdeka program. Its goals are accelerating entrepreneurship and restoring the nation's economy. This study focused on examine deeply regarding variables named Perceived Desired (PD), Perceived Viability (PV), and Perceived Behavior Control (PBC) on students in Surabaya. These variables are examined for Entrepreneurial Intention (EI) and created three hypotheses. By using multiple regression analysis tech, and 208 Surabaya students as the samples (using questionnaires), the result shows three of the hypotheses are accepted. While first hypotheses had negative effect. Further study will be added new variables and larger scope in the objects

Keywords: *Business Economics*, *Entrepreneurial intention*, *Marketing*, *Theory Planned Behavior*, *Young Entrepreneur*

JEL: M21, M31, L26

DOI: <https://doi.org/10.24123/jeb.v27i1.5690>

1. PENDAHULUAN

Kemajuan suatu bangsa juga akan menyebabkan akan semakin bertambahnya orang muda yang terdidik, sehingga membuat dunia wirausaha akan semakin dibutuhkan dan akan semakin penting. Pembangunan ekonomi dan kemakmuran pada masyarakat di suatu negara bergantung pada mekanisme di mana bisnis baru didirikan dan dikembangkan (Ataei, 2020), termasuk pembangunan wirausaha muda. Pembangunan yang direncanakan oleh pemerintah akan menghasilkan sesuatu yang lebih baik jika mampu didukung oleh para entrepreneur muda sebagai penggerak roda perekonomian bangsa. Arti penting kewirausahaan dalam masyarakat menjadi fokus untuk hal ketrampilan dan pengembangan kompetensi yang dibina dalam dunia pendidikan, dan hal ini menjadikan Pendidikan Kewirausahaan telah berkembang menjadi bidang yang menonjol (Maresch *et al*, 2015). Salah satu persoalan entrepreneur muda di Indonesia merupakan hal mendesak untuk mendukung bagi suksesnya pembangunan dan pemerintah akan terus berusaha untuk menggalakkan kegiatan yang mendukung mendukung terbentuknya para entrepreneur muda di Indonesia. Salah satu kelompok dimasyarakat yang mampu dan berkompeten untuk menjadi entrepreneur adalah para kaum muda termasuk didalamnya adalah mahasiswa. Para kaum muda inilah yang merupakan masa depan dari penggerak perekonomian dan kemajuan suatu bangsa. Pemerintah semakin mendukung kegiatan kewirausahaan pada generasi muda, salah satunya dengan dicetuskannya program Kampus Merdeka yang salah satu tujuannya adalah untuk melakukan akselerasi entrepreneurship dan untuk membantu pemerintah dalam pemulihan ekonomi apalagi setelah pandemic covid-19 (<https://www.kemdikbud.go.id/>).

Selama proses pandemi COVID-19 menyebabkan universitas segera mengkonfigurasi ulang program pendidikan tradisional dan beralih ke pengajaran daring (Matthews, Liguori, & Santos, 2021; Ratten, 2020a; Ratten & Jones, 2021). COVID-19 ternyata juga turut menghadirkan tantangan yang signifikan terhadap pendidikan, terutama bagi mahasiswa dan program pembelajaran berdasarkan pengalaman (Brammer dan Clark, 2020; Marshall dan Wolanskyj Spinner, 2020). Pembatasan pertemuan dalam jumlah besar dan persyaratan untuk menjaga jarak sosial telah membatasi pengajaran di kelas, yang menyebabkan pergeseran besar-besaran ke metode pengajaran daring karena pandemi COVID-19 (Ratten, 2020b). Ini berarti peningkatan jumlah mata kuliah yang diajarkan menggunakan metode komunikasi digital juga akan semakin bertambah (Krishnamurthy, 2020). Penutupan perbatasan dan pemotongan pariwisata internasional semakin membatasi mobilitas dan aktivitas bisnis dan perekonomian disuatu negara terutama negara Indonesia (Donthu dan Gustafsson, 2020). Menanggapi perubahan ini, pembelajaran jarak jauh dan metode pendidikan kewirausahaan digital perlu untuk diubah dengan cepat (Bacq, Geoghegan, Josefy, Stevenson, & Williams, 2020).

Pendidikan kewirausahaan di tingkat universitas perlu diperhatikan baik pendekatan pengajaran yang tepat, yang memungkinkan siswa memperolehnya secara langsung maupun pengalaman tentang bisnis bersama dengan praktek wirausaha ini, pendekatan yang dilakukan institusi dapat meningkatkan pola pikir kewirausahaan siswa (Ndou *et al.*, 2018), oleh karena itu, mahasiswa diharapkan untuk mampu mempersiapkan diri setelah pandemic Covid-19 selesai terutama dalam menghadapi proses revolusi industri dengan membekali kecakapan kompetensi yang *adaptif*, *entrepreneurial*, dan *complex problem solver*. Salah satu dari sembilan program Kampus Merdeka adalah pengembangan Kewirausahaan, program ini bertujuan untuk menciptakan para wirausaha yang unggul agar tercipta perusahaan startup baru dari anak bangsa. Pengadaan sebuah lapangan pekerjaan yang baru akan terus diusahakan oleh pemerintah, dan para kaum muda ini kedepannya besar harapan dapat bisa membantu mewujudkan usaha pemerintahan salah satunya dengan menjadi seorang *entrepreneur*. Saat ini, bidang kewirausahaan telah dipelajari di beberapa bidang pengetahuan seperti dalam bidang ilmu antropologi, geografi, psikologi, ekonomi, bisnis dan sosiologi. Pola pikir dan sikap kewirausahaan pada kewirausahaan memiliki dua hal penting sebagai

dasar menentukan sikap berwirausaha, yaitu latar belakang pribadi dan lingkungan (Jabeen *et al.*, 2017). Mengingat pentingnya tentang studi kewirausahaan dalam pengembangan bisnis, dimulai dari pertanyaan apa yang mendorong seseorang untuk mengembangkan minat kewirausahaan dalam penelitian bisnis, maka perlu dilakukan studi lebih lanjut, terutama yang berfokus pada kamu muda. Pada studi sebelumnya telah menunjukkan bahwa faktor individual dan pengalaman keluarga sebagai pengusaha sukses membantu meningkatkan ketertarikan individu usia muda dalam berwirausaha (Estelami, 2020).

Data tahun 2020 menyebutkan bahwa Jumlah Gen Z dan Milenial di Indonesia merupakan generasi yang paling dominan. Hal itu tergambar dalam hasil Sensus Penduduk 2020 terkait komposisi penduduk Indonesia berdasarkan generasi yang diluncurkan oleh Badan Pusat Statistik. Generasi *Millennial* (Gen Z) merupakan penduduk dimana berada pada kelompok usia yang lahir pada rentang tahun 1997 sampai dengan tahun 2012 atau penduduk dengan rentang usia 9-24 tahun yang masih menempuh pendidikan di sekolah dasar sampai dengan perguruan tinggi.

Gambar 1.
Jumlah Penduduk berdasarkan Generasi pada Tahun 2020



Pada masa yang akan datang Generasi Z inilah yang akan menjadi tumpuan penerus terciptanya pengusaha muda baru untuk dapat membantu pemerintah dalam pemulihan perekonomian dengan membuka lapangan kerja baru, tentunya hal ini dibutuhkan usaha untuk mendorong niat berwirausaha. Menurut Clark (2019), *Theory of Planned Behavior* (TPB) dapat menyarankan perilaku manusia yang dapat diprediksi dengan menyelaraskan keyakinan psikologis masyarakat. Ini termasuk sikap terhadap objek tertentu (sikap), keyakinan bahwa orang lain menyetujui tindakan terhadap objek tertentu (norma subyektif), keyakinan efektif tentang hasil (kontrol perilaku yang dirasakan), dan kemauan untuk melakukan tindakan tersebut (niat). Niat untuk berperilaku adalah prediktor kuat perilaku masa depan (Nigbur, Lyons, & Uzzell, 2010). Mengontrol perilaku seseorang kemudian dapat meningkatkan atau menurunkan kemungkinan bahwa perilaku tersebut akan benar-benar terjadi (Ajzen, 2007 dalam Yurtkoru, dkk (2014)). Norma subyektif atau tekanan sosial yang dirasakan mungkin berbeda dalam kontribusinya untuk memprediksi perilaku lintas konteks dan sikap kelompok (Armitage dan Conner, 2001, Clark (2019)).

Norma subyektif dan kontrol perilaku yang dirasakan dapat secara signifikan memengaruhi niat berperilaku (Hsu dan Huang, 2012). Orang yang memiliki hubungan yang kuat dengan alam lebih mungkin untuk merespon secara positif interaksi dengan lingkungan dan lebih mungkin untuk bertindak dengan cara yang ramah lingkungan (Clayton dan Myers, 2015). Selain itu, standar moral dan rasa kewajiban terhadap alam telah ditemukan untuk meningkatkan perilaku pro-lingkungan baik secara mandiri maupun dalam kaitannya dengan tujuan keberlanjutan (Hayati, Hochrainer-Stigler, & Zamani, 2014). Oleh karena itu, penelitian ini memasukkan standar moral di TPB. Ada dasar bukti

yang kuat untuk TPB (Nigbur *et al.*, 2010); namun, menyesuaikan model dengan norma moral adalah hal baru dan memiliki potensi untuk memperluas prediksi perilaku yang lebih akurat di seluruh kelompok tertentu.

Niat menjadi seorang *entrepreneur* (*Entrepreneurial Intention*) untuk kaum muda sangat perlu untuk terus didorong dan dikembangkan. Berdasarkan temuan dari Renata *et al.* (2018) dan Maresch *et al.* (2016) ada beberapa faktor yang mempengaruhi *Entrepreneurial Intention* tiga diantaranya adalah Keinginan yang dirasakan oleh kaum muda untuk menjadi seorang *entrepreneur* (*Perceived Desire*), persepsi kelayakan dari seorang kaum muda dalam menjadi seorang *entrepreneur* (*Perceived Viability*), dan persepsi pada kontrol terhadap perilaku dalam menjadi seorang *entrepreneur* muda (*Perceived Behavior Control*).

Entrepreneurial Intention (niat berwirausaha) merupakan keinginan untuk memulai usaha baru (Readon *et al.* 2007). Kegiatan berwirausaha pada umumnya terjadi karena ketidaksengajaan dari para pelaku *entrepreneur*. Para *Entrepreneur* bertujuan untuk mendapatkan peluang baru dengan cara memasuki pasar baru dan menawarkan produk/ide-ide baru serta kreatif yang mungkin diminati oleh konsumen. Niat (minat) akan menangkap faktor-faktor motivasional yang dapat mempengaruhi perilaku seseorang. Faktor motivasi inilah yang akan menjadi indikasi seberapa keras seseorang bekerja dalam merencanakan dan melaksanakan perilaku kewirausahaan. Kaum Muda akan memiliki niat yang kuat untuk memiliki bisnis sendiri ketika mereka merasa bahwa bisnis itu mungkin untuk mereka lakukan dan ada keinginan dalam diri mereka untuk memiliki bisnis. *Perceived Desire* (PD) merupakan keinginan yang dirasakan yaitu merupakan ukuran dari persepsi individu tentang betapa individu ingin menjadi seorang wirausahawan. Keyakinan individu dalam merasakan kemampuan diri sendiri untuk berhasil dalam aktivitas tertentu, didasarkan pada persepsi individu tentang kompetensi mereka sendiri dan kemampuan (Wilson, Kickul, & Marlino, 2007 dalam Renata, *et al* 2018)). Temuan ini dikembangkan oleh Bandura (1997) yang mencerminkan keyakinan individu terhadap dirinya yang memiliki kemampuan, serta keyakinan mereka bahwa mereka akan mampu mengubah kemampuan ini berhasil menjadi hasil yang dipilih. *Perceived Viabilitas* (PV) mengacu pada persepsi individu bahwa individu tersebut benar-benar layak untuk membangun karir sebagai pengusaha profesional (Renata, *et al* 2018).

Perceived Behavior Control (PBC) merupakan sebuah persepsi keyakinan dari diri seseorang terhadap kemampuannya (apakah sulit atau mudah) untuk menjadi seorang wirausaha. Ajzen (1988, dalam Utami, 2017) juga mendefinisikan bahwa *Perceived Behavior Control* sebagai: "faktor-faktor yang memperbaharui kemudahan atau kesulitan perilaku yang dirasakan dan mungkin mencerminkan pengalaman masa lalu dan mencegah hambatan dan rintangan", yang berarti bahwa faktor-faktor ini mencerminkan persepsi kesulitan. atau tidak melakukan apa-apa, dan asumsi mencerminkan pengalaman masa lalu dan rintangan yang diantisipasi. Kontrol perilaku, didefinisikan sebagai *self-efficacy*, adalah keadaan di mana orang percaya bahwa suatu perilaku itu mudah atau sulit dilakukan, Cruzet *al.* (2015). Misalnya, seseorang percaya bahwa dia mampu melaksanakan tugas tertentu yang diberikan (Linan dan Chen 2009). Dalam teori perilaku terencana Ajzen, kontrol perilaku dirasakan tertuju pada perasaan menemukan mudah atau sulit untuk melakukan perilaku dan asumsi yang mencerminkan pengalaman di masa lalu sertaantisipasi hambatan (Ajzen, seperti dikutip dalam Li Wei 2006). Selain itu keyakinan kontrol dalam PBC mencerminkan adanya sumber daya dan peluang yang dibutuhkan seseorang. Bersamaan, keyakinan kontrol tersebut mungkin sebagian didasarkan pada pengalaman perilaku masa lalu dan dapat mengurangi kesulitan lima hal yang dirasakan dalam melaksanakan perilaku karena keyakinan biasanya dipengaruhi oleh informasi perilaku sekunder, seperti pengalaman kenalan dan teman-teman dan oleh faktor-faktor lain. Akhirnya, niat berwirausaha (*Entrepreneurial Intention*) mengukur niat aktual individu untuk memulai bisnis

Ketiga hal diatas sangat penting dalam membantu memprediksi *entrepreneur* muda dalam hal niat berwirausaha. Hal ini akan membantu pemangku kepentingan karena dengan mengetahui niat

seseorang menjadi *entrepreneur* akan memberikan kemudahan untuk menciptakan dan membentuk *entrepreneur* muda yang berkualitas dan berkompeten. Sehingga penelitian ini sangat perlu untuk dilakukan karena dengan adanya penelitian ini akan membantu peran pemerintah dalam menciptakan *entrepreneur* muda. Dalam penelitian ini akan menjawab permasalahan apakah *Perceived Desire*, *Perceived Viability* dan *Perceived Behavior Control* berpengaruh terhadap *Entrepreneurial Intention* pada Mahasiswa di Surabaya. Ruang lingkup penelitian ini adalah mahasiswa di Surabaya, baik yang dalam bidang eksak maupun eksakta.

2. METODE PENELITIAN

Desain penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang dilakukan untuk memahami lebih mendalam mengenai pengaruh *Perceived Desire*, *Perceived Viability*, dan *Perceived Behavior Control* terhadap *Entrepreneurial Intention*. Data utama penelitian deskriptif kuantitatif ini dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada responden Mahasiswa yang dipilih secara non acak, sehingga diperoleh data yang akurat, yang berhubungan dengan masalah yang diteliti dan menunjang penelitian (Sugiyono, 2011 dalam Deffi, 2020). Penyebaran Kuesioner dalam penelitian ini akan menggunakan skala *likert* 5, dimana menurut Dawes (2007, dalam Mindarti, dkk. 2021) menyatakan bahwa untuk penggunaan skala *likert* 5 poin lebih menghasilkan skor rerata yang sedikit lebih tinggi daripada menggunakan skor dengan skala yang lebih dari 5 poin pada akhirnya dengan bantuan ini akan membuat peneliti lebih mudah untuk membandingkan data untuk digunakan dalam proses pengolahan data dengan lebih mudah.

Penelitian ini menentukan sampel sebanyak 208 dan teknik pembagian sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* yaitu sampel diambil secara tidak acak dari populasi yang ada. Populasi menurut Sekaran dan Bougie (2016, dalam Prasetyanto & Darmasetiawan, 2022) merupakan seluruh orang, responden atau peristiwa yang menarik bagi peneliti untuk dilakukan penelitian. Sampel yang diambil sesuai dengan karakteristik sebagai berikut: Mahasiswa Surabaya yang mulai semester 4.

Untuk gambaran yang lebih fungsional dari variabel-variabel dalam penelitian ini, berikut adalah definisi fungsional dari masing-masing variabel. *Perceived Desire* adalah keinginan yang dirasakan yang mengukur persepsi individu tentang bagaimana individu ingin menjadi seorang wirausaha. Variabel ini dapat diukur dengan lima titik pengukuran yaitu: pengetahuan tentang lingkungan usaha, pentingnya karakter wirausaha dalam masyarakat, manfaat menjadi wirausaha, pentingnya menjadi wirausaha, pengetahuan untuk memulai usaha.

Perceived viabilitas (PV) mengacu pada persepsi individu bahwa individu tersebut benar-benar layak untuk membangun karir sebagai pengusaha profesional. Adapun variabel ini dapat diukur melalui lima item pengukuran yaitu: kualifikasi wirausaha muda, kewirausahaan tidak bisa dipelajari, teman-teman di kampus memiliki bisnis yang sukses, teman-teman di kampus mendorong adanya ide-ide baru, hal yang mudah untuk memiliki bisnis sendiri.

Perceived Behavior Control (PBC) merupakan Persepsi keyakinan dari seseorang terhadap kemampuannya (apakah sulit atau mudah) untuk menjadi seorang wirausaha. Adapun variabel ini dapat diukur melalui lima item pengukuran yaitu : Hal yang terjadi karena keberuntungan, Sering merasa yang diinginkan selalu akan terjadi, bukan hal bijak punya rencana jangka Panjang, bisa melindungi keinginan pribadi, bisa menentukan keinginan dalam hidup

Entrepreneurial Intention mengukur niat aktual individu untuk memulai bisnis, adapun variabel ini dapat diukur melalui enam item pengukuran yaitu: ketertarikan untuk memulai dan mengembangkan bisnis, ada dorongan untuk menjadi wirausaha, telah berpikir menjadi seorang

wirausaha, suatu hari akan benar-benar memulai bisnis, berupaya keras untuk memulai dan menjalankan bisnis di suatu hari.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis data proses pengolahan menggunakan IBM *Statistics* untuk mencari karakteristik dari responden terkait jawaban dari responden serta karakteristik sampel, maka didapatkan hasil sebagai berikut ini Sampel penelitian ini terdiri dari mahasiswa di Surabaya yang sedang menempuh perkuliahan semester 4 dan berusia minimal 19 tahun. Penyebaran formulir survei kepada konsumen dilakukan secara *online* menggunakan *Google Form*, yang dibantu oleh 1 mahasiswa asisten peneliti. Survei dibagi selama 1 bulan, yaitu mulai Senin 28 Februari 2022 sampai dengan 31 Maret 2022. Pemilihan sampel penelitian dapat dilihat pada gambar berikut:

Tabel 1.
Pemilihan Sampel Penelitian

Deskripsi	Jumlah Responden
Total Kuisisioner yang disebar	Dibagikan Secara <i>Online</i> Menggunakan <i>Google Form</i>
Total kuisisioner yang kembali	210
Total Kuisisioner yang Lengkap	208
Ukuran Sampel (n)	208

Sumber: Hasil Olahan Peneliti (2022)

Berdasarkan hasil karakteristik sampel responden yang diproses menggunakan program spss, maka hasil yang didapatkan sebagai berikut: Jika didasarkan pada Jenis Kelamin Responden hasil yang didapatkan adalah jumlah responden laki-laki (pria) sebesar 102 responden (49%), sedangkan untuk Wanita hasil yang didapatkan sebesar 106 responden (51%) dari total 208 responden yang diolah hal ini menunjukkan bahwa tidak hanya pria tetapi Wanita juga memiliki keinginan dan niat untuk menjadi seorang *entrepreneur* terutama bagi kalangan mahasiswa. Karakteristik responden berdasarkan usia hasil yang didapatkan sebagai berikut usia 19-20 tahun jumlah responden sebesar 132 mahasiswa (63.5%), 21-22 tahun sebesar 66 responden (31.7%), 23-24 tahun sebesar 8 responden (3.8%) dan usia lebih dari 24 tahun adalah sebesar 2 responden (1%).

Semua Responden penelitian ini berstatus sebagai mahasiswa saat pengambilan kuesioner ini berlangsung di Universitas yang berlokasi di Surabaya. Jumlah Universitas yang berpartisipasi dalam penelitian ada sebanyak 10 Universitas. Persentase pengisian responden dari masing-masing universitas sebagai berikut 127 responden (61.1%) berasal dari Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, 7 responden (3.4%) berasal dari Universitas Surabaya, 45 responden (21.6%) berasal dari Universitas Ciputra Surabaya, 3 responden (1.4%) berasal dari Universitas Kristen Petra Surabaya, 4 responden (1.9%) berasal dari Universitas Nasional dan juga hal yang sama terjadi pada Uniersitas Dr. Soetomo , 12 responden (5.8%) berasal dari Universitas Bhayangkara Surabaya, 3 responden (1.4%) berasal dari Universitas Negeri Surabaya, 2 responden (1%) berasal dari Universitas Airlangga dan 1 responden (0.5%) berasal dari Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

Berdasarkan 10 Universitas diatas jumlah responden dibagi lagi ke 11 Jurusan atau fakultas yang terdiri atas Jurusan Akuntansi, Juruasan Manajemen Bisnis/Bisnis, Jurusan *International Business Management*, Jurusan Partiwisata/*Hospitality* dan *Tourism Business*, Jurusan Ekonomi dan

Bisnis/Ekonomi, Jurusan Ilmu Komunikasi, Jurusan Kewirausahaan, Jurusan Sastra Bahasa, Jurusan Teknik, Jurusan Keguruan dan Ilmu Pendidikan dan Jurusan Kedokteran. Proporsi pembagian responden berdasarkan jurusan atau fakultas sebagai berikut sebesar 99 responden (47.6%) berasal dari jurusan atau fakultas Bisnis/Manajemen Bisnis, sebesar 3 responden (1.4%) berasal dari jurusan atau fakultas Akuntansi, sebesar 20 responden (9.6%) berasal dari jurusan atau *fakultas International Business Management*, sebesar 5 responden (2.4%) berasal dari jurusan atau fakultas Pariwisata/*Hospitality and Tourism Bussines*, sebesar 30 responden (14.4%) berasal dari jurusan atau fakultas Ekonomi dan Bisnis/Ekonomi, sebesar 19 responden (9.1%) berasal dari jurusan atau fakultas Ilmu Komunikasi, sebesar 15 responden (7.2%) berasal dari jurusan atau fakultas Kewirausahaan, sebesar 1 responden (0.5%) berasal dari jurusan atau fakultas Sastra/Bahasa, sebesar 9 responden (4.3%) berasal dari jurusan atau fakultas Teknik, sebesar 5 responden (2.4%) berasal dari jurusan atau fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan dan sebesar 2 responden (1%) berasal dari jurusan atau fakultas Kedokteran.

Pembagian jumlah responden berdasarkan semester mahasiswa saat ini didapatkan hasil sebagai berikut 115 responden (55.3%) merupakan mahasiswa semester 4, Sebesar 2 responden (1%) merupakan mahasiswa semester 5, sebesar 63 responden (30.3%) merupakan mahasiswa semester 6, sebesar 8 responden (3.8%) merupakan mahasiswa semester 7, sebesar 17 responden (8.2%) merupakan mahasiswa semester 8 dan sisanya sebesar 3 responden (1.4%) merupakan mahasiswa semester yang berkuliah lebih dari 8 semester.

Jika dilihat dari minat mahasiswa ingin menjadi seorang *entrepreneur* atau ingin memiliki *start-up* bisnis setelah lulus didapatkan hasil sebesar 190 responden (91.3%) mereka menjawab ia yang berarti bahwa keinginan sebagian besar mahasiswa setelah lulus adalah bisa memiliki bisnis sendiri sedangkan sisanya sebesar 18 responden (8.7%) menjawab tidak. Hal ini dapat terjadi karena adanya pengaruh yang berasal dari lingkungan sekitar responden yang akan membuat para responden menjadi kurang berminat dalam menjadi seorang bisnis seperti pengalaman yang buruk dari keluarga atau lingkungan sosial disekitar responden yang beranggapan bahwa diri responden tidak akan menjadi *entrepreneur* yang sukses sehingga membuat keinginan dari para responden menjadi hilang.

Hasil penelitian berdasarkan ketersediaan matakuliah yang dapat mendukung terciptanya *entrepreneur* dikampus responden memunculkan hasil sebagai berikut dimana sebanyak 204 responden (98.1%) menjawab iya, yang berarti bahwa hampir keseluruhan Universitas di Surabaya telah menyediakan matakuliah yang dapat mendukung terciptanya para *entrepreneur* muda yang pastinya selaras dengan keinginan dari pemerintahan yang mana juga bertujuan untuk menciptakan para *entrepreneur* muda yang berkualitas.

Selain tersedianya matakuliah yang mendukung ternyata mayoritas universitas di Surabaya juga memiliki perlengkapan penunjang dalam membantu terciptanya para *entrepreneur* muda seperti lab. Kewirausahaan ataupun inkubasi bisnis. Hal ini dibuktikan dengan jawaban responden yaitu sebesar 196 responden (94.2%) menjawab iya yang menyatakan bahwa universitas mereka menyediakan perlengkapan penunjang seperti lab. Kewirausahaan ataupun inkubasi bisnis, sedangkan sisanya menjawab tidak sebesar 12 responden (5.8%).

Tanggapan responden terhadap besaran variabel *Perceived Behavioral Control* pada lampiran dapat disimpulkan bahwa nilai rata-rata keseluruhan variabel *Perceived Behavioral Control* adalah 3,45. Kisaran tanggapan untuk variabel *Perceived Behavioral Control* yang dirasakan adalah antara 2,85

(nilai terendah) dan 4,09 (nilai tertinggi). Penilaian terendah dari variabel *Perceived Behaviour Control* adalah Menurut Saya tidak baik membuat rencana untuk jangka waktu yang Panjang karena banyak hal yang berubah kedepannya. Sedangkan penilaian tertinggi dari variabel *Perceived Behaviour Control* adalah Saya biasanya dapat melindungi kepentingan pribadi saya.

Tanggapan responden terhadap ukuran variabel *Perceived Desirability* pada lampiran dapat disimpulkan bahwa nilai rerata total variabel *Perceived Desirability* adalah 4,01. Tanggapan responden terhadap variabel *Perceived Desirability* berkisar antara 3,23 (nilai terendah) hingga 4,48 (nilai tertinggi). Penilaian terendah dari variabel *Perceived Desirability* adalah tidak ada yang akan membuat saya stres jika saya memulai bisnis saya sendiri. Sedangkan penilaian tertinggi dari variabel *Perceived Desirability* adalah jika saya memiliki kesempatan dan sumber daya, saya ingin memulai bisnis.

Tanggapan responden terhadap ukuran variabel *Perceived Viability* (PV) pada lampiran dapat disimpulkan bahwa nilai rerata total variabel *Perceived Viability* (PV) adalah 3,81. Tanggapan responden terhadap variabel *Perceived Viability* (PV) berkisar antara 2,77 (nilai terendah) hingga 4,19 (nilai tertinggi). Penilaian terendah dari variabel *Perceived Viability* saya merasa tidak ada kendala berarti dalam memulai bisnis, hal ini menjelaskan bahwa dalam menjadi seorang *entrepreneur* para mahasiswa belum menemukan kendala berat yang dapat mengganggu minat mereka. Sedangkan penilaian tertinggi dari variabel *Perceived Viability* adalah banyak ide kreatif yang dibuat oleh mahasiswa di kampus saya, hal ini menjelaskan bahwa sebenarnya mahasiswa sadar bahwa dilingkungan sekitar dia banyak mahasiswa yang memiliki ide kreatif hal ini menjadi salah satu pemicu semangat mereka untuk turut berpartisipasi dalam menjadi seorang *entrepreneur*.

Dari tanggapan responden terhadap pengukuran variabel *Entrepreneurial Intention* (EI) pada Lampiran, dapat disimpulkan bahwa nilai rata-rata total variabel *Entrepreneurial Intention* (EI) adalah 4,19. Rentang tanggapan responden untuk variabel *Entrepreneurial Intention* (EI) berkisar antara 4,11 (nilai terendah) hingga 4,32 (nilai tertinggi). Penilaian terendah dari variabel *Entrepreneur Intention* (EI) adalah saya memiliki niat untuk memulai dan mengembangkan bisnis dengan potensi pertumbuhan yang tinggi. Sedangkan penilaian tertinggi dari variabel *Entrepreneur Intention* (EI) adalah saya akan berupaya semaksimal mungkin untuk memulai dan menjalankan bisnis saya. Jika dilihat berdasarkan hasil di atas maka semua responden memiliki niat menjadi seorang *entrepreneur* yang sangat tinggi, sehingga mereka akan terus berupaya semaksimal mungkin dalam memulai bahkan menjalankan bisnis mereka.

1. Uji Validitas

Berdasarkan Tabel 2, terlihat bahwa nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Ini menunjukkan bahwa semua poin pertanyaan valid dan dapat digunakan.

Tabel 2
Uji Validitas

Indikator	Nilai <i>Pearson Correlation</i>	Nilai – p	Simpulan
<i>Perceived behavioral control (formative)</i>			
PBC_1	0.589	0,000	<i>Valid</i>
PBC_2	0.495	0,000	<i>Valid</i>
PBC_3	0.526	0,000	<i>Valid</i>

Indikator	Nilai <i>Pearson Correlation</i>	Nilai – p	Simpulan
PBC_4	0.678	0,000	<i>Valid</i>
PBC_5	0.630	0,000	<i>Valid</i>
PBC_6	0.670	0,000	<i>Valid</i>
PBC_7	0.465	0,000	<i>Valid</i>
PBC_8	0.458	0,000	<i>Valid</i>
<i>Perceived Desirability (PD)</i>			
PD_1	0.680	0,000	<i>Valid</i>
PD_2	0.739	0,000	<i>Valid</i>
PD_3	0.664	0,000	<i>Valid</i>
PD_4	0.666	0,000	<i>Valid</i>
PD_5	0.766	0,000	<i>Valid</i>
PD_6	0.734	0,000	<i>Valid</i>
PD_7	0.619	0,000	<i>Valid</i>
PD_8	0.608	0,000	<i>Valid</i>
PD_9	0.556	0,000	<i>Valid</i>
PD_10	0.666	0,000	<i>Valid</i>
<i>Perceived Viability (PV)</i>			
PV_1	0.670	0,000	<i>Valid</i>
PV_2	0.747	0,000	<i>Valid</i>
PV_3	0.725	0,000	<i>Valid</i>
PV_4	0.747	0,000	<i>Valid</i>
PV_5	0.675	0,000	<i>Valid</i>
PV_6	0.735	0,000	<i>Valid</i>
PV_7	0.648	0,000	<i>Valid</i>
PV_8	0.670	0,000	<i>Valid</i>
PV_9	0.631	0,000	<i>Valid</i>
PV_10	0.635	0,000	<i>Valid</i>
<i>Entrepreneur Intention (EI)</i>			
EI_1	0.806	0,000	<i>Valid</i>
EI_2	0.877	0,000	<i>Valid</i>
EI_3	0.898	0,000	<i>Valid</i>
EI_4	0.907	0,000	<i>Valid</i>
EI_5	0.861	0,000	<i>Valid</i>

Sumber : Lampiran, diolah (2022)

Berdasarkan Tabel 2 dapat ditunjukkan bahwa instrumen di atas menunjukkan bahwa nilai signifikansi yang diteliti harus $\leq 0,05$ dan nilai koefisien pearson $\geq 0,138$ (r tabel). Dengan demikian, variable *Perceived Behavioral Control* (PBC), *Perceived Desirability* (PD), *Perceived Desirability* (PV), dan *Entrepreneurial Intention* (EI) diakui *valid* dan dapat digunakan sebagai alat pengumpulan data.

2. Uji Reliabilitas

Suatu penelitian dikatakan reliabel jika koefisien *Cronbach's alpha* $\geq 0,6$, maka indikator tersebut dapat dikatakan reliabel (Ghozali, 2013).

Tabel 3
Uji Reliabilitas

Indikator	Nilai – Koefisien <i>Cronbach Alpha</i>	Nilai – <i>Cronbach Alpha</i>	Simpulan
<i>Perceived behavioral control (PBC) / X1</i>	0.6	0.696	<i>Reliabel</i>
<i>Perceived Desirability (PD) / X2</i>	0.6	0.856	<i>Reliabel</i>
<i>Perceived Viability (PV) / X3</i>	0.6	0.868	<i>Reliabel</i>
<i>Entrepreneur Intention (EI) / Y</i>	0.6	0.920	<i>Reliabel</i>

Sumber : Lampiran, diolah (2022)

Berdasarkan Tabel 3, dapat dilihat jika semua *variable* yang berada didalam penelitian ini memiliki tingkat reliabilitas melebihi dari batas yang telah ditentukan setelah diolah data menggunakan IBM Statistics 26 yaitu koefisien *cronbach alpha* $\geq 0,6$. Oleh karena itu, hal ini menunjukkan bahwa semua item pertanyaan adalah reliabel untuk mengukur variabel.

3. Hasil Uji Asumsi

Dalam proses pengolahan analisis regresi, langkah awal yang harus dipenuhi adalah beberapa asumsi yang harus dilakukan dan terpenuhi syarat dari masing-masing asumsi tersebut. Asumsi-asumsi tersebut antara lain yaitu:

4. Uji Autokorelasi

Asumsi pertama yang harus dipenuhi pertama kali dalam proses pengolahan analisis regresi dengan tiga variabel *independen* dan satu variabel *dependen*, maka didapatkan hasil perhitungan seperti:

Tabel 4.
Hasil Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.795 ^a	.632	.626	.45716	1.907

Sumber : Lampiran, diolah (2022)

Berdasarkan Tabel 4 diketahui bahwa nilai Durbin Watson yang dihasilkan dalam penelitian ini yaitu 1.907. Nilai dl dan du dengan jumlah responden sebesar 208 dan jumlah K=3 yaitu nilai dl adalah 1.7382 dan nilai du adalah 1.7790. Berdasarkan hasil diatas dapat diidentifikasi bahwa nilai Durbin Watson berada pada nilai $du < dw < (4-du)$, sehingga dapat dirumuskan menjadi $1.7790 < 1.907 < (4-1.7790)$ dan akan menghasilkan persamaan seperti berikut: $1.7790 < 1.907 < 2.221$. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak adanya korelasi positif maupun negatif yang terjadi dalam penelitian ini.

5. Uji Multikolinearitas

Pada proses pengujian analisis data regresi linear berganda dengan tiga variabel independen dan satu variabel dependen, maka didapatkan hasil yang terpapar pada Tabel 5.

Tabel 5
Hasil Uji Multikolinearitas

Keterangan	Collinearity Statistic		Asumsi Multikolinearitas
	Tolerance	VIF	
PBC	0.786	1.272	Tidak terjadi Asumsi Multikolinearitas
PD	0.483	2.071	Tidak terjadi Asumsi Multikolinearitas
PV	0.475	2.107	Tidak terjadi Asumsi Multikolinearitas

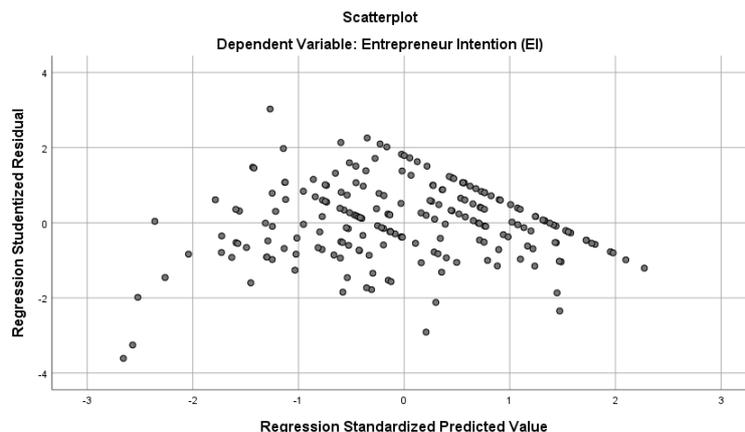
Sumber: Data Diolah (2022)

Pada proses pengujian analisis data regresi linear berganda dengan tiga variabel independen dan satu variabel dependen, maka didapatkan hasil yang terpapar pada Tabel 5. Dapat disimpulkan bahwa keseluruhan nilai *tolerance* yang dihasilkan dalam penelitian ini berada pada lebih besar 1.0, dan nilai VIF lebih kecil dari 10. Hasil tersebut menunjukkan bahwa keseluruhan variabel bebas yang digunakan dalam penelitian **terbebas** dari asumsi multikolinieritas.

6. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2011, dalam Mettan (2019)) mengemukakan bahwa sebuah penelitian tidak mengalami Asumsi Heteroskedastisitas jika tidak ada pola tertentu yang jelas dan semua titik tersebar diatas dan dibawah angka 0.

Gambar 2. Hasil Uji Asumsi Heteroskedastisitas



Berdasarkan grafik di atas menunjukkan pola yang jelas dengan titik-titik tersebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Sehingga tidak terjadi asumsi heteroskedastisitas maka penelitian dapat dilanjutkan.

7. Koefisien Determinasi

Berdasarkan pengujian analisis data regresi linear berganda pada tiga variabel *independent* dan satu variabel *dependen*, maka hasil perhitungan yang didapatkan dari koefisien determinasi antar jawaban seperti yang terpapar pada Tabel 6.

Tabel 6.
Hasil Uji Koefisien Determinasi

<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>	<i>Durbin-Watson</i>
1	.795 ^a	.632	.626	.45716	1.907

Sumber: Lampiran, diolah 2023

Berdasarkan Tabel 6, diketahui bahwa nilai koefisien korelasi (R) menunjukkan nilai 0.795 mengartikan bahwa variabel *Perceived Desire*, *Perceived Viability* dan *Perceived Control Behavior* memiliki **hubungan yang erat** terhadap *Entrepreneur Intention*, sedangkan untuk nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.632 atau 63.2%. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel *Entrepreneur Intention* dapat dijelaskan oleh variabel *Perceived Desire*, *Perceived Viability* dan *Perceived Control Behavior* sebesar 63.2%, sedangkan sisanya sebesar 36.8 % dijelaskan oleh variabel lain diluar variabel dalam penelitian ini.

8. Uji Kecocokan Model

Proses pengujian model dapat dilakukan dengan menggunakan Uji F yang mana hasilnya dapat diketahui melalui ringkasan pada Tabel 7.

Tabel 7
Hasil Uji F

<i>Model</i>	<i>Sum of Squares</i>	<i>df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
1 <i>Regression</i>	73.122	3	24.374	116.627	.000 ^b
<i>Residual</i>	42.634	204	.209		
<i>Total</i>	115.757	207			

Sumber: Lampiran, diolah 2023

Hasil pengujian yang didapatkan dari proses pengolahan data yaitu dimana nilai F hitung sebesar 116.627 dengan probabilitas sebesar 0,000. Hasil pengujian tersebut menunjukkan probabilitas lebih kecil dari *level of significance* ($\alpha=5\%$ atau 0,05), dan nilai F hitung lebih besar daripada F tabel sebesar 2.65. Hal ini menunjukkan model yang digunakan oleh peneliti sangat cocok dengan data yang dikumpulkan.

9. Uji Hipotesis

Sebuah Hipotesis diterima apabila nilai signifikansi yang didapatkan $< 0,05$, apabila nilai signifikansi $> 0,05$ maka hipotesis tersebut ditolak (tidak diterima) (Priyatno, 2013:49). Hasil uji t terpapar pada Tabel 8.

Tabel 8.
Hasil Uji Hipotesis

	<i>Model</i>	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>
		<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>		
1	<i>(Constant)</i>	.310	.249		1.245	.215
	<i>Perceived behavioral control (PBC)</i>	-.201	.061	-.157	-3.280	.001
	<i>Perceived Desirability (PD)</i>	.904	.080	.693	11.333	.000
	<i>Perceived Viability (PV)</i>	.247	.074	.207	3.358	.001

Sumber: Lampiran, diolah 2022

Dari hasil uji t pada Tabel 8 maka dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut:

1. Hipotesis (H1) diterima yaitu “*Perceived behavioral Control (PBC)* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *Entrepreneur Intention (EI)*” dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$
2. Hipotesis (H2) diterima yaitu “*Perceived Desirability (PD)* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Entrepreneur Intention (EI)*” dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$
3. Hipotesis (H3) diterima yaitu “*Perceived Viability (PV)* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Entrepreneur Intention (EI)*” dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$

10. Persamaan Regresi

Berdasarkan gambar tabel *variabel in the equation* pada lampiran maka persamaan regresi yang terbentuk adalah sebagai berikut :

$$Y = 0.310 - 0,201 \text{ Perceived Behavioral Control} + 0.904 \text{ Perceived Desirability} + 0,247 \text{ Perceived Viability} \quad (1)$$

Berdasarkan persamaan diatas disimpulkan mulanya semua responden telah memiliki niat untuk menjadi seorang *entrepreneur* dan didukung juga dengan adanya variabel *Perceived Desirability* dan *Perceived Viability* yang akan menambah semangat untuk menjadi seorang *entrepreneur*. Akan tetapi variabel *Perceived behavioral Control* yang memiliki pengaruh secara negative yang mungkin akan melemahkan minat dari responden untuk menjadi *entrepreneur*. Hal ini dibuktikan dengan persamaan regresi yang mana variabel *Perceived Desirability* dan *Perceived Viability* memiliki nilai konstanta positif sedangkan untuk variabel *Perceived behavioral Control* memiliki nilai konstanta negatif.

11. Pembahasan

Hasil uji deskriptif dari penelitian ini menunjukkan bahwa sampel responden menyatakan setuju terhadap variabel *Perceived behavioral Control (PBC)*, *Perceived Desirability* dan *Perceived Viability* menjadi faktor yang penting dalam intensi *Entrepreneur Intention (EI)* bagi responden mahasiswa di universitas yang terdaftar di surabaya. Hal ini dibuktikan jika dilihat dari hasil analisis deskriptif yang menunjukkan bahwa responden menyatakan persetujuannya berdasarkan poin-poin pertanyaan yang tertera pada kuesioner yang dibagikan oleh peneliti.

Hipotesis pertama yang menduga adanya pengaruh antara *Perceived behavioral Control (PBC)* terhadap *Entrepreneur Intention (EI)* bagi responden mahasiswa di Universitas yang terdaftar di

Surabaya dapat diterima. Hipotesis ini diterima karena dibuktikan oleh nilai sig 0.001 pada Tabel 8 Hasil Uji Hipotesis. Hal ini sejalan dengan penelitian dari Maresch, dkk (2016) yang menyatakan bahwa *Perceived behavioral Control* (PBC) berpengaruh dan berhubungan secara positif terhadap *Entrepreneurial Intention*. Menurut Anggraini dan Patricia dalam penelitiannya juga menyebutkan bahwa PBC berpengaruh signifikan terhadap EI. Hal ini diperkuat dengan hasil penelitian dari Patiro dan Budiyantri (2016) mengatakan bahwa keyakinan untuk mampu untuk menjadi seorang *entrepreneur* dimiliki oleh setiap mahasiswa. *Perceived behavioral Control* dalam penelitian ini memiliki pengaruh terhadap minat dari para mahasiswa untuk menjadi seorang *entrepreneur* walaupun pengaruh yang terjadi secara negative yang berarti itu akan mengurangi minat seorang mahasiswa untuk menjadi *entrepreneur*, hal ini terjadi karena PBC ini berkaitan dengan kontrol perilaku dari mahasiswa yang tidak hanya berasal dari dalam mahasiswa itu sendiri saja tapi ada juga campur tangan dari pihak lain yang berada disekitar mahasiswa tersebut. Jika dilihat dari setiap pertanyaan indikator yang memiliki pengaruh paling rendah yaitu “Saya memiliki niat untuk memulai dan mengembangkan bisnis dengan potensi pertumbuhan yang tinggi”. Sedangkan penilaian tertinggi adalah “saya akan berupaya semaksimal mungkin untuk memulai dan menjalankan bisnis saya”.

Hipotesis kedua yang menduga adanya pengaruh antara *Perceived Desirability* terhadap *Entrepreneur Intention* (EI) bagi responden mahasiswa di Universitas yang terdaftar di Surabaya dapat diterima. Hipotesis ini diterima karena dibuktikan oleh nilai sig 0.000 pada Tabel 8 Hasil Uji Hipotesis. Hal ini sejalan dengan penelitian dari Barral, dkk (2018) dimana hasil dari penelitian tersebut menyebutkan bahwa dimensi *Perceived Desirability* sesuai dengan keinginan sampel dalam memilih berwirausaha sebagai sebuah karir profesional, dan mengacu pada keinginan mereka untuk belajar demi memperoleh tingkat pengetahuan yang lebih tinggi tentang Kewirausahaan, dan berpengaruh secara signifikan terhadap niat (minat) para responden dalam berwirausaha. *Perceived Desirability* memiliki pengaruh terhadap minat dari para mahasiswa untuk menjadi seorang *entrepreneur* walaupun pengaruh yang terjadi secara positif yang berarti itu akan menambahkan minat seorang mahasiswa untuk menjadi *entrepreneur*. Selain itu variabel ini juga memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap *Entrepreneur Intention* yang bisa dilihat dari nilai konstanta pada persamaan regresi linier sebesar 0.904, hal ini membuktikan bahwa keinginan dari para mahasiswa untuk menjadi seorang *entrepreneur* juga sangat kuat. Hal ini bisa menjadi sebuah kemajuan positif yang bisa membantu program pemerintahan dalam menciptakan para *entrepreneur* muda. Jika dilihat dari setiap pertanyaan indikator yang memiliki pengaruh paling rendah yaitu “Tidak ada yang akan membuat saya stres jika saya memulai bisnis saya sendiri”. Sedangkan penilaian tertinggi adalah “Jika saya memiliki kesempatan dan sumber daya, saya ingin memulai bisnis.”

Hipotesis ketiga yang menduga adanya pengaruh antara *Perceived Viability* terhadap *Entrepreneur Intention* bagi responden mahasiswa di Universitas yang terdaftar di Surabaya dapat diterima. Hipotesis ini diterima karena dibuktikan oleh nilai sig 0.001 pada Tabel 8 Hasil Uji Hipotesis. Hal ini sejalan dengan penelitian dari Barral, dkk (2018) dimana hasil dari penelitian tersebut menyebutkan bahwa dimensi *Perceived Viability*, sesuai atau mengacu pada persepsi responden dalam pengetahuan mengenai dukungan dan kelayakan dari responden untuk memulai sebuah bisnis baru, dan berpengaruh secara signifikan terhadap niat (minat) para

responden dalam berwirausaha. *Perceived Viability* memiliki pengaruh terhadap minat dari para mahasiswa untuk menjadi seorang *entrepreneur* walaupun pengaruh yang terjadi secara positif yang berarti itu akan menambahkan minat seorang mahasiswa untuk menjadi *entrepreneur*. Jika dilihat dari setiap pertanyaan indikator yang memiliki penilaian terendah dari variabel *Perceived Viability* adalah “saya merasa tidak ada kendala berarti dalam memulai bisnis”, hal ini menjelaskan bahwa dalam menjadi seorang *entrepreneur* para mahasiswa belum menemukan kendala berat yang dapat mengganggu minat mereka. Sedangkan penilaian tertinggi dari adalah “Banyak Ide Kreatif yang dibuat oleh mahasiswa di kampus saya”, hal ini menjelaskan bahwa sebenarnya mahasiswa sadar bahwa dilingkungan sekitar dia banyak mahasiswa yang memiliki ide kreatif hal ini menjadi salah satu pemicu semangat mereka untuk turut berpartisipasi dalam menjadi seorang *entrepreneur*.

Secara Keseluruhan hasil regresi menunjukkan bahwa minat para mahasiswa untuk menjadi seorang *entrepreneur* muda sangatlah tinggi. Di sisi lain dukungan pihak universitas dalam hal kurikulum, sarana prasarana dan atmosfer lingkungan kampus turut mendukung minat mahasiswa untuk terus menjadi *entrepreneur* muda. Hal ini dibuktikan dengan adalah matakuliah tertentu yang berkaitan dengan kewirausahaan serta ada perlengkapan penunjang seperti Lab. Kewirausahaan ataupun Inkubator Bisnis. Penelitian ini sejalan dengan program pemerintah dalam proses membangun atau meningkatkan terciptanya para *entrepreneur* muda, sebagai upaya penggerak perekonomian bangsa.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil analisis yang telah di paparkan menggunakan metode analisis regresi berganda, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut: hipotesis pertama diterima dengan pengaruh secara negatif dan signifikan, dimana hal ini berarti bahwa dalam penelitian ini minat seorang mahasiswa justru akan mengurangi minat menjadi wirausaha muda. Hal ini dapat terjadi karena *Perceived Behavioral Control* akan berkaitan dengan perilaku mahasiswa yang dapat dipengaruhi oleh pihak lain yang berada disekitar mereka. Untuk Hipotesis dua dan tiga dapat diterima dan sejalan dengan rumusan masalah dan hipotesis yang telah ditentukan. Rencana selanjutnya pada penelitian berikutnya adanya penambahan variabel baru seperti *entrepreneur education*, dan *attitudes toward entrepreneurship* dengan subyek penelitian yang lebih mengarah kepada kelompok siswa-siswi SMA. Untuk para peneliti lainnya bisa menambahkan variabel yang jauh lebih luas lagi seperti *subjective norm*, *entrepreneur knowledge* yang juga bisa melihat pengaruhnya kepada *entrepreneurial intention*.

UCAPAN TERIMAKASIH

Terima kasih peneliti ucapkan kepada mahasiswa di Universitas yang terdaftar di Surabaya yang telah membantu mengisi kuesioner, dan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universtias Katolik Widya Mandala Surabaya dimana telah membantu menyediakan dana yang digunakan dalam penelitian ini sehingga dapat berjalan dengan lancar.

DAFTAR PUSTAKA

Ajzen, I., & Albarracín, D. (2007). Predicting and changing behavior: A reasoned action approach. In I. Ajzen, D. Albarracín, & R. Hornik (Eds.), Prediction and change of health behavior:

Applying the reasoned action approach (pp. 3-21). Mahwah, NJ, US: Lawrence Erlbaum Associates Publishers

- Anggraini, Rona Desi Sanchez dan Patricia, (2018), Pengaruh Attitude Toward Behavior, Perceived Behavioral Control, Dan Subjective Norm Terhadap Entrepreneurial Intention Mahasiswa Non Ekonomi, *Journal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 5, No.2, 2018, pp: 96-105.
- Arum Mindarti, N., Siti Sundari, M., & Hariadi, S. (2021). Bisnis Online: Preferensi Konsumen Terhadap Layanan Online Food Delivery. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 24(2), 33-40. <https://doi.org/10.24123/jeb.v24i2.4743>
- Ataei Pouria, Hamid Karimi, Hamed Ghadermarzi, Arash Norouzi (2020), A Conceptual Model Of Entrepreneurial Competencies And Their Impacts On Rural Youth's Intention To Launch SMEs, *Journal of Rural Studies*, <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2020.01.023>
- Bacq, S., Geoghegan, W., Josefy, M., Stevenson, R., & Williams, T. A. (2020). The COVID-19 Virtual Idea Blitz: Marshaling social entrepreneurship to rapidly respond to urgent grand challenges. *Business Horizons*, 63(6), 705-723.
- Barral. Maria Renata Martinez., Felipe Garcia R., dan Mario Duarte C., (2018), Influence of the University Environment in the Entrepreneurial Intention in Public dan Private University. *RAUSP Management Journal.*, Vol.53 No 1 Hal. 122-133.
- Brammer, S., & Clark, T. (2020). COVID-19 and management education: Reflections on challenges, opportunities, and potential futures. *British Journal of Management*, 31(1), 453–456.
- Clark, E., Mulgrew, K., Kannis-Dymand, L., Schaffer, V., & Hoberg, R. (2019). *Theory of planned behaviour: predicting tourists' pro-environmental intentions after a humpback whale encounter. Journal of Sustainable Tourism*, 1–19. <https://doi:10.1080/09669582.2019.1603237>
- Clayton, S. ,Myers, E. (2015). *Conservation psychology: Understanding and promoting human care for nature*. Oxford, UK: Wiley-Blackwell
- Cruz, L.D., Suprapti, S., Yasa, K. (2015). Aplikasi *Theory of Planned Behavior* Dalam Membangkitkan Niat Berwirausaha Bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Unpaz, Dili Timor Leste. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*. Vol. 4 No. 12, pp. 895-920.
- Deffi. Shinta., (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Bank Syariah Mandiri Sidoarjo. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 24(2), 41-44. <https://doi.org/10.24123/jeb.v24i2.4746>
- DePillis, E and Reardon, KK (2007), 'The Influence Of Personality Traits And Persuasive Messages On Entrepreneurial Intention, A Cross-Cultural Comparison', *Career Development International*, Vol. 12, No. 4, pp 382-396.
- Donthu, N., & Gustafsson, A. (2020). Effects of COVID-19 on business and research. *Journal of business research*, 117, 284-289.
- Estelami, Hooman, (2020), The Effects Of Need For Cognition, Gender, Risk Preferences And Marketing Education On Entrepreneurial Intentions *Journal Of Research In Marketing And Entrepreneurship*, Vol. 22 No. 1, Page. 93-109
- Ghozali, Imam, (2013), *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*
- Hsu, C. H. C., & Huang, S. (2012). An Extension Of The *Theory of Planned Behavior* Model For Tourists. *Journal Of Hospitality and Tourism Research*, 36, 390–417. <https://doi:10.1177/1096348010390817>

- Humas Ditjen Dikti Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan., (2021)., Kampus Merdeka untuk Akselerasi Entrepreneurship dan Pemulihan Ekonomi, [Online] Dari <https://www.kemdikbud.go.id/main/blog/2021/04/kampus-merdeka-untuk-akselerasi-entrepreneurship-dan-pemulihan-ekonomi>, [Diakses: 29 Agustus 2021].
- Jabeen, F., Faisal, M.N., Katsioloudes, M.I., (2017). Entrepreneurial Mindset And The Role of Universities as Strategic Drivers of Entrepreneurship: Evidence From The United Arab Emirates, *J. Small Bus. Enterprise Dev.* 24 (1), 136–157.
- Jayani, Dwi Hadya. (2021), Sensus Penduduk 2020: Penduduk Indonesia Didominasi Gen Z dan Milenial.
- Krishnamurthy, S. (2020). The future of business education: A commentary in the shadow of the Covid-19 pandemic. *Journal of business research*, 117, 1-5.
- Li, Wei, (2006), ‘Entrepreneurial Intention among International Students: Testing a model of entrepreneurial intention’, *Journal University of Illinois at Urbana-Champaign*, 217-721-9969
- Linan, F and YW Chen, (2009), ‘Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions’, *Entrepreneurship Theo. Pract.*, 33: 593-617.
- Maresch. Daniela., Rainer Harms., Nobert Kailer., Brigit W.W., (2016). The Impact of Entrepreneurship education on the Entrepreneurial Intention Of Students In Science and Engineering Versus Business Studies University Programs., *Journal of Technological Forecasting & Social Change*. Vol 104 Hal. 172-179.
- Marshall, A., & Wolanskyj-Spinner, A. (2020). COVID-19: Challenges and opportunities for educators and generation Z learners. *Mayo Clinic Proceedings*, 95(6), 1135–1137.
- Matthews, C. H., Liguori, E. W., & Santos, S. C. (2021). Preface: Entrepreneurship education—What is it we need to know. *Annals of Entrepreneurship Education and Pedagogy—2021*; Matthews, CH, Liguori, EW, Eds.
- Mettan, S. V., & Sancoko, A. H. (2021). Pengaruh Ephemeral Content dan E-WOM terhadap Purchase Intention Millennial Customers pada UMKM Industri Kuliner di Surabaya. *Jurnal Keuangan dan Bisnis*, 19(2), 230-257.
- Ndou, V., Mele, G., Vecchio, P. Del., (2018). Leisure , Sport & Tourism Education Entrepreneurship Education In Tourism : An Investigation Among European Universities. *J. Hospit. Leisure Sports Tourism Educ.* 1–11. October
- Nigbur, D., Lyons, E., & Uzzell, D. (2010). Attitudes, norms, identity and environmental behaviour: Using an expanded theory of planned behaviour to predict participation in a kerbside recycling programme. *British Journal of Social Psychology*, 49(2), 259–284. <https://doi:10.1348/014466609X449395>
- Patiro, Shine Pintor S. dan Budiyanti, Hety. (2016). The *Theory of Planned Behavior* , Past Behavior, Situational Factors, and Self-Identity Factors Drive Indonesian Entrepreneurs to be Indebtedness. *DeReMa Jurnal Manajemen*. Vol 11. No. 1.
- Prabandari, Sri Palupi dan Sholihah, Puput Ichwatus. (2014). The Influence of *Theory of Planned Behavior* and Entrepreneurship Education Towards Entrepreneurial Intention. *Ventura Journal of Economics, Business, & Accountancy*. Vol. 17. No. 3.
- Prasetyanto, A. P., dan Darmasetiawan, N. K. (2022). Pengaruh High Performance Work Environment Terhadap Employee Engagement Feeling & Behavior Generasi Milenial. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 26(1), 11-18. <https://doi.org/10.24123/jeb.v26i1.5055>

- Ratten, V. (2020b). Coronavirus disease (COVID-19) and sport entrepreneurship. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 26(6), 1379-1388.
- Ratten, V., dan Jones, P. (2021). Covid-19 and entrepreneurship education: Implications for advancing research and practice. *The International Journal of Management Education*, 19(1), 100432.
- Ratten, Vanessa., (2020a). *Coronavirus (Covid-19) and the entrepreneurship education community. Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy, ahead-of-print(ahead-of-print)*, -. <https://doi:10.1108/JEC-06-2020-0121>
- Utami, Christina. Widya (2017). Attitude, Subjective Norms, Perceived Behavior, Entrepreneurship Education and Self-efficacy toward Entrepreneurial Intention University Student in Indonesia. *European Research Studies Journal*, XX(Issue 2A), 475–495. <https://doi.org/10.35808/ersj/65>
- Yazdanpanah, M., Hayati, D., Hochrainer-Stigler, S., & Zamani, G. H. (2014). Understanding farmers' intention and behavior regarding water conservation in the Middle-East and North Africa: A case study in Iran. *Journal of Environmental Management*, 135, 63–72. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2014.01.016>
- YurtKoru., E. Serra, Zeynep K.K., and Ahmet D., (2014). Exploring The Antecedents of Entrepreneurial Intention on Turkishi University Students., *Procedia Social and Behavioral Sciences*. Vol. 150. Hal 841-850