

Hubungan antara *Big Five Personality*, Sikap dan *Entrepreneurial Intention* (Berwirausaha) Di Kalangan Mahasiswa

Matthew Poetera sah
Fakultas Psikologi Universitas Surabaya
Laboratorium Psikologi Klinis
Matthew_ps@yahoo.com

ABSTRAK

Entrepreneurship atau kewirausahaan dapat dijadikan sebagai tolok ukur dalam mengukur kesehatan ekonomi yang dibangun oleh suatu masyarakat. Jumlah *entrepreneur* di Indonesia masih sedikit, dengan jumlah 1.58% dari jumlah populasi yang ada. Jumlah ideal *entrepreneur* yang harus dimiliki oleh suatu negara adalah 4% dari total populasi. Suatu perilaku berwirausaha dapat diprediksi dari intensi orang itu sendiri. Untuk mengetahui bagaimana intensi dalam berwirausaha itu muncul, dapat dijelaskan melalui *theory planned behavior* di mana intensi dipengaruhi oleh 3 faktor utama: *attitude towards behavior*, *subjective norm*, dan *perceived behavioral control*. Selain dari ketiga faktor tersebut, berdasarkan *theory reason action*, *personality* yaitu variabel eksternal turut juga mempengaruhi intensi seseorang. Berdasarkan hal tersebut, peneliti ingin mengetahui hubungan antara *personality*, sikap dan *entrepreneurial intention* pada mahasiswa.

Subjek penelitian adalah mahasiswa Universitas Surabaya dan Universitas Ciputra dengan rentang usia 18-24 tahun. Metode penelitian menggunakan angket tertutup BFI (*Big Five Inventory*), EIQ (*Entrepreneurial Intention Questionnaires*) dan *Core Entrepreneurial Intention Model Elements* ditambah dengan angket terbuka buatan peneliti. Teknik analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis penelitian adalah statistik nonparametrik, *spearman correlation*.

Hasil penelitian menunjukkan terdapat hubungan antara *attitudes* dengan *entrepreneurial intention*, terdapat hubungan antara *personality* (*agreeableness* dan *conscientiousness*) dengan *entrepreneurial intention* dan tidak adanya hubungan antara *personality* dengan *attitudes*. Kesimpulan yang didapat dari penelitian ini adalah bahwa *personality* (*agreeableness* dan *conscientiousness*) berhubungan langsung dengan *entrepreneurial intention* tanpa melewati *attitudes*.

Kata kunci : *Big five personality*, *attitudes*, *Entrepreneurial intention*.

ABSTRACT

Entrepreneurship can be used as a benchmark in measuring the economic health built by society. The number of entrepreneurs in Indonesia is still small, the number is 1.58% of the total population. Ideal number of entrepreneurs who have owned a country is 4% of the total population. An entrepreneurial behavior can be predicted from the person's own intentions. To find out how intentions in entrepreneur it appears, can be explained through the theory of planned behavior where the intention is influenced by three main factors: attitude towards behavior, subjective norm, and perceived behavioral control. Addition of the third factor, based on reason action theory, the external variables also affect a person's intentions. Based on this, the researchers wanted to know the relationship between personality, attitude and entrepreneurial intention on students.

Subjects in this research are students from University of Surabaya and University of Ciputra age within 18-24 years. The research method using a closed questionnaire BFI (Big Five Inventory), EIQ (Entrepreneurial Intention Questionnaires) and Core Elements of Entrepreneurial Intention Model addition with an open questionnaire that researchers made. Data analysis techniques are used to test the research hypothesis is nonparametric statistics, Spearman Correlation.

The results showed a correlation between attitudes and entrepreneurial intention, there is a correlation between personality (agreeableness and conscientiousness) with entrepreneurial intention and none correlation between personality with attitudes. The conclusion from this study is that personality (agreeableness and conscientiousness) are directly related to entrepreneurial intention without passing attitudes.

Keywords: *Big five personality, attitudes, Entrepreneurial intention.*

1. PENDAHULUAN

Entrepreneurship atau kewirausahaan dapat dijadikan sebagai tolok ukur dalam mengukur kesehatan ekonomi yang dibangun oleh suatu masyarakat. Berdasarkan pusat wirausaha di Universitas Miami di Ohio, untuk menjadi seorang *entrepreneur*, orang tersebut harus mampu mengidentifikasi, mengembangkan dan membawa visi dari hidup tersebut menjadi bentuk suatu usaha yang baru (Goel, Vohra, Zhang, Arora, 2006). Visi tersebut dapat berupa ide yang inovatif, memiliki peluang yang besar, atau juga berupa ide yang sederhana namun memiliki cara yang baru untuk melakukannya.

Knight mengatakan bahwa seorang *entrepreneur* memiliki ciri khas atau sifat yang khusus yang membuat mereka lebih percaya diri dan lebih berani dalam menghadapi situasi yang tidak menentu dalam menghadapi masa yang akan datang (Bruce, 2006). Gartner (dalam Bruce, 2006) mengatakan bahwa sifat psikologis khusus tersebut telah lama muncul dalam penelitian mengenai *entrepreneurship*. Sifat yang menuntun mereka untuk melakukan wirausaha tersebut dinamakan

entrepreneurial intention atau intensi untuk berwirausaha (Moriano, Gorgievski, Laguna, Stephan, & Zarafshani, 2011).

Menurut Victor Scholten, Ron Kemp, and Onno Omta (2004), salah satu prediktor untuk mengetahui mengenai intensi terhadap *entrepreneurship*, adalah tindakan dalam *entrepreneurship*. Kim Klyver, Kevin Hindle, & Denny Meyer (2007) di salah satu penelitian mereka menyatakan bahwa kesamaan dalam tindakan kewirausahaan dapat ditemukan selama mereka termasuk dalam kelompok budaya yang sama, meskipun ada perbedaan dalam keadaan. Sebagai implementasi dari penelitian tersebut, di kawasan Asia, terdapat kemiripan dalam berwirausaha, sehingga hal ini dapat membandingkan *entrepreneur* yang ada untuk setiap kawasan Asia tersebut.

Di Indonesia, jumlah *entrepreneur* masih sedikit, dengan jumlah 1.58% dari jumlah populasi yang ada. Idealnya, jumlah *entrepreneur* yang harus dimiliki oleh setiap negara adalah 4% dari total populasi (Bisnis Indonesia, 2013). Sebagai perbandingan di negara asia lain, di negara china memiliki jumlah

entrepreneurship sebanyak 4% dari jumlah populasi (Bloomberg Businessweek, 2010).

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa sifat yang menuntun seseorang untuk melakukan wirausaha adalah *entrepreneurial intention*. Maka, untuk mengetahui bagaimana intensi itu muncul, hal tersebut dapat dijelaskan dengan teori *planned behavior*. Berdasarkan teori Ajzen, *planned behavior*, menyatakan bahwa intensi dipengaruhi oleh 3 faktor utama, yakni kepercayaan tingkah laku, norma subjektif, dan penerimaan kontrol perilaku. Faktor yang mempengaruhi tingkah laku tersebut, berdasarkan Ajzen (1991) adalah kepribadian yang merupakan variabel eksternal tersebut di mana faktor tersebut menjadi tujuan dalam penelitian ini.

Kepribadian dapat dijabarkan dengan berbagai macam teori dan alat ukur yang sudah baku untuk diuji. Salah satu dari berbagai macam teori mengenai kepribadian dapat dijelaskan melalui teori *big five personality*, di mana teori tersebut muncul dari tokoh Hans Eysenck dan disempurnakan oleh Costa McCrae. Teori mengenai *big five personality* menjelaskan mengenai 5 dimensi

kepribadian utama manusia. Kelima kepribadian tersebut adalah *extroversion*, *agreeableness*, *conscientiousness*, *neuroticism*, and *openness to experience*.

Berdasarkan *review* di atas, alasan peneliti melakukan penelitian adalah :

1. Indonesia memiliki jumlah *entrepreneur* yang jauh dari standar yakni 1.58%. Ideal jumlah *entrepreneur* dari suatu negara harus memiliki sebesar 4%.
2. Masih sedikit penelitian yang membahas mengenai rendahnya *entrepreneur* di Indonesia
3. Masih sedikit penelitian yang membahas mengenai *personality* dengan *attitude*, di mana berdasarkan *theory planned behavior*, hubungan antara kedua variabel tersebut bersifat tidak stabil

2. METODE

2.1 Partisipan

Populasi dalam penelitian ini memiliki karakteristik sebagai berikut:

1. Berusia 18 – 24 tahun
2. Mahasiswa aktif Fakultas Psikologi Universitas Surabaya dan mahasiswa aktif Universitas Ciputra angkatan 2009 – 2012

2.2 Alat ukur

Untuk mengukur *entrepreneurial intention*, maka peneliti mengadaptasi skala dari *entrepreneurial intention questionnaires* (EIQ) yang dibuat oleh Linan (2009). Untuk mengukur pembentuk intensi, peneliti menggunakan skala dari Linan (2009) yang diadaptasi dari TPB. Skala pengukuran pada *big five personality* menggunakan skala BFI (*Big Five Inventory*) adaptasi dari Benet Martinez dan John (1998)

2.3 Prosedur

Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan data yaitu dengan menggunakan kuisisioner atau angket. Kuisisioner (angket)

dalam penelitian ini berupa tipe pilihan, yang mana dimaksudkan untuk mengungkap data hubungan antara *big five personality*, sikap dan *entrepreneurial intention* (berwirausaha) dikalangan mahasiswa.

Setelah diperoleh data dari hasil penelitian, maka data tersebut perlu dianalisis untuk menguji hipotesis yakni dengan mengkorelasikan ketiga variabel tersebut sehingga dapat diketahui apakah korelasi antara kedua variabel memiliki nilai yang signifikan atau tidak. Namun sebelum dilakukan analisis data untuk pengujian hipotesis diperlukan beberapa syarat, yaitu uji validitas dan reliabilitas, serta uji asumsi.

3. HASIL

3.1 Hubungan antara *Big Five Personality* dengan Sikap (*attitude*)

Variabel	Correlation coefficient	Sig.	Status
<i>Neuroticism – Personal Attitude</i>	-.059	.255	Tidak ada hubungan
<i>Neuroticism – Subjective Norm</i>	-.028	.590	Tidak ada hubungan
<i>Neuroticism – Perceived Behavioral Control</i>	-.027	.607	Tidak ada hubungan
<i>Extraversion - Personal Attitude</i>	.004	.946	Tidak ada hubungan
<i>Extraversion - Subjective Norm</i>	.077	.142	Tidak ada hubungan
<i>Extraversion - Perceived Behavioral Control</i>	.065	.214	Tidak ada hubungan
<i>Agreeableness - Personal Attitude</i>	.062	.234	Tidak ada hubungan
<i>Agreeableness - Subjective Norm</i>	.090	.084	Tidak ada hubungan

<i>Agreeableness Behavioral Control</i>	-	<i>Perceived</i>	.061	.247	Tidak ada hubungan
<i>Openness to Experience Attitude</i>	-	<i>Personal</i>	-.102	.051	Tidak ada hubungan
<i>Openness to Experience Subjective Norm</i>	-		-.033	.529	Tidak ada hubungan
<i>Openness to Experience Behavioral Control</i>	-	<i>Perceived</i>	.006	.914	Tidak ada hubungan
<i>Conscientiousness Attitude</i>	-	<i>Personal</i>	.096	.066	Tidak ada hubungan
<i>Conscientiousness Norm</i>	-	<i>Subjective</i>	.043	.414	Tidak ada hubungan
<i>Conscientiousness Behavioral Control</i>	-	<i>Perceived</i>	.005	.930	Tidak ada hubungan

3.2 Hubungan antara Sikap (*attitude*) dengan *Entrepreneurial intention*

Variabel	Correlation coefficient	Sig.	Status
<i>Personal Attitude – entrepreneurial intention</i>	.762	.000	Ada hubungan
<i>Subjective Norm - entrepreneurial intention</i>	.675	.000	Ada hubungan
<i>Perceived Behavioral Control - entrepreneurial intention</i>	.289	.000	Ada hubungan

3.3 Hubungan antara *Big Five Personality* dengan *Entrepreneurial intention*

Variabel	Correlation coefficient	Sig.	Status
<i>Neuroticism - entrepreneurial intention</i>	-.080	.126	Tidak ada hubungan
<i>Extraversion - entrepreneurial intention</i>	.047	.370	Tidak ada hubungan
<i>Agreeableness - entrepreneurial intention</i>	.132	.011	Ada hubungan
<i>Openness to Experience - entrepreneurial intention</i>	-.095	.069	Tidak ada hubungan
<i>Conscientiousness - entrepreneurial intention</i>	.108	.038	Ada hubungan

4. PEMBAHASAN

4.1 Hubungan antara *Big Five Personality* dengan Sikap (*attitude*)

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan, didapatkan bahwa tidak ada hubungan antara *big five personality* (*extraversion, neuroticism, openness to experience, agreeableness* dan *conscientiousness*) dengan *attitude* (*attitude toward behavior, subjective norm* dan *perceived behavior control*). Tidak adanya hubungan antara *big five personality* dengan *attitude* dapat dijelaskan melalui teori TRA atau *theory of reason action*. Berdasarkan teori TRA (Fishbein, 1979) dijelaskan bahwa *attitude* (internal variabel) dipengaruhi oleh variabel eksternal di mana salah satu variabel eksternal tersebut adalah *personality*. Berdasarkan model TRA, hubungan antara eksternal variabel dengan internal variabel bersifat tidak stabil. Bersifat tidak stabil tersebut digambarkan garis putus-putus antara kedua variabel tersebut. Hubungan yang tidak stabil tersebut menjelaskan bahwa variabel eksternal tidak mempengaruhi variabel internal.

Selain berdasarkan teori TRA, ditemukan juga penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa tidak ada

hubungan atau *negative finding* antara antara *personality* dengan *attitude* (Riemann, Grubich, Hempel, Mergl & Richter, 1993). Pembahasan terakhir mengenai tidak adanya hubungan dikarenakan tidak adanya spesifik sikap terhadap *entrepreneurship*. Pada penelitian Ajzen dan Fishbein (Myers, 2008) mengatakan bahwa jika sikap semakin spesifik, maka akan semakin akurasi dalam memprediksi suatu tingkah laku itu.

Dari semua teori dan penelitian sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa tidak adanya hubungan antara *personality* dengan *attitude*. Hal ini karena pada dasarnya external variabel (*personality*) bersifat tidak stabil terhadap internal variabel (*attitude*). Selain itu, dan hal tersebut diperkuat karena tidak adanya spesifik sikap terhadap *entrepreneurship* sehingga hal ini menyebabkan *personality* langsung berhubungan dengan *intention*.

4.2 Hubungan antara Sikap (*attitude*) dengan *Entrepreneurial intention*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara *attitude* dengan *entrepreneurial intention*. Hal ini mendukung dari model *theory planed behavior* yang

dikemukakan oleh Ajzen dan Fishbein di mana menyebutkan terdapat korelasi yang positif antara *attitude towards the behaviour* dengan *intention*. *Intention* muncul dikarenakan evaluasi yang positif hal ini dikarenakan asumsi dari model *theory planed behavior* di mana subjek dianggap sebagai makhluk rasional yang mengikuti perilaku yang menguntungkan. Menguntungkan diukur melalui *evaluation of the outcome* yang merupakan aspek dari *attitude* dan juga keyakinan bahwa perilaku itu menghasilkan yang diharapkan oleh subjek.

Selain *attitude towards behavior*, terdapat *subjective norm* yang turut mendorong niat seseorang di mana dimensi ini membahas mengenai pandangan individu mengenai penilaian orang lain atau lingkungan yang signifikan bagi individu itu sendiri (Ogden, 2007). Pada penelitian ini, didapatkan hasil yaitu terdapat hubungan antara *subjective norm* dengan *entrepreneurial intention*. Hal ini sejalan dengan teori dari Ajzen dan Fishbein yang menjelaskan bahwa penilaian orang lain atau lingkungan yang signifikan terhadap individu mendorong munculnya niat pada individu itu sendiri. *Intention* muncul

dikarenakan pandangan individu mengenai penilaian orang lain yang signifikan karena peneliti berasumsi bahwa subjek membutuhkan *social support* atau dukungan dari orang terdekat salah satunya adalah keluarga untuk memunculkan niat berwirausaha. Penilaian yang positif akan membentuk niat untuk melakukan wirausaha, begitu juga sebaliknya.

Dimensi terakhir yang mendorong individu untuk memiliki niat dalam berwirausaha adalah *perceived behavioural control*. Berdasarkan hasil yang didapat, terdapat hubungan antara *perceived behavioral control* dengan *entrepreneurial intention*. Hal ini sejalan dengan *theory planed behaviour* (Ogden, 2007) di mana pada dimensi ini niat seseorang muncul berdasarkan pengendalian perilaku diri sendiri (*internal control factors*) dan perkiraan kemudahan dan kesulitan untuk menampilkan perilaku (*external control factors*).

4.3 Hubungan antara *Big Five Personality* dengan *Entrepreneurial intention*

Pada penelitian ditemukan bahwa pada beberapa aspek dalam *personality* yakni *agreeableness* dan *conscientiousness* berkorelasi

langsung dengan *entrepreneurial intention*. Selain dari dimensi tersebut seperti *extraversion*, *neuroticism* dan *openness to experience* ditemukan tidak adanya hubungan dengan *entrepreneurial intention*. Tidak adanya hubungan antara *neuroticism* dengan *entrepreneurial intention* dapat dilihat dari beberapa faktor pembentuk *entrepreneurial intention* seperti pada faktor *attitude towards the behaviour* di mana pada subjek penelitian terlihat adanya niat atau ketertarikan pada *entrepreneurship*. Ketertarikan ini bukan semata hanya ketertarikan, melainkan juga dari pertimbangan evaluasi individu. Evaluasi individu juga dipengaruhi oleh *subjective norm*, di mana orang yang signifikan turut mempengaruhi dalam evaluasi individu.

Dimensi selanjutnya dalam *big five personality* adalah *conscientiousness*. Berdasarkan Feist & Feist (2008), jika seseorang memiliki nilai *conscientiousness* yang tinggi, maka orang tersebut cenderung menjadi seorang yang pekerja keras, ambisius dan tekun. Adanya hubungan antara *conscientiousness* dengan *entrepreneurial intention* disebabkan dari hasil dinamika antara *attitude towards the behaviour* dan *subjective norm* terhadap dimensi *neuroticism*

yang menghasilkan rendahnya kekhawatiran niat untuk berwirausaha. Selain dari kedua faktor tersebut, terdapat pula pengaruh dari faktor terakhir dari *entrepreneurial intention* yakni *behavioural control* di mana faktor ini mengacu pada kemampuan individu dalam memunculkan niat untuk berwirausaha. Sebagai tambahan pembahasan, seorang *entrepreneur* memiliki beberapa karakter yang khas yakni *persistent*, *high level of energy* dan *competitive*, di mana ketiga karakter tersebut menunjukkan bahwa seorang *entrepreneur* selalu gigih dan memiliki semangat yang tinggi dalam menghadapi tantangan. Keseluruhan karakteristik tersebut terdapat dalam dimensi *conscientiousness*. Jika seorang *entrepreneur* tidak memiliki tingkat *conscientiousness* yang tinggi, maka individu tersebut akan selalu menghindar atau tidak tertarik dalam menghadapi tantangan atau dengan kata lainnya individu tersebut selalu bermain aman.

Pada dimensi selanjutnya, berdasarkan uji hipotesis yang dilakukan peneliti, ditemukan adanya hubungan antara *agreeableness* dengan *entrepreneurial intention*. Pada penelitian Caliendo, Fossen, & Kritikos (2011) mengatakan bahwa

skor yang tinggi pada *agreeableness* memiliki 2 kemungkinan pengaruh pada *entrepreneurship* yaitu dapat memudahkan individu untuk menjalin relasi dengan orang baru. Di sisi lain memiliki kelemahan yakni terlalu percaya dengan orang lain. Adanya hubungan antara kedua variabel tersebut adalah bahwa subjek lebih mudah menerima pendapat atau masukan dari orang tua yang menyebabkan adanya hubungan antara *agreeableness* dengan *entrepreneurial intention*. Subjek menerima semua masukan dari orang tua di mana orang tua setuju jika nantinya subjek menjadi seorang *entrepreneur* sehingga orang tua menyuruh anaknya untuk menjadi seorang *entrepreneur*.

Pada dimensi selanjutnya yakni *extraversion* di mana pada penelitian ini ditemukan tidak ada hubungan antara *extraversion* dengan *entrepreneurial intention*. Hal ini disebabkan karena adanya asosiasi antara dimensi *extraversion* dengan *agreeableness* sehingga dapat dilihat bahwa kepatuhan subjek kepada orang tua membuat subjek tidak memiliki inisiatif dalam berwirausaha.

Dimensi terakhir adalah *openness to experience*. Pada uji hipotesis yang peneliti lakukan, ditemukan tidak adanya hubungan

antara *openness to experience* dengan *entrepreneurial intention*. Penjelasan tidak adanya hubungan antara *openness to experience* dengan *entrepreneurial intention* adalah karena faktor dari dimensi *agreeableness*. Pengaruh *agreeableness* yang tinggi di mana membuat subjek menerima semua masukan dari orang tua, hal ini menyebabkan tidak adanya kreativitas ataupun inovatif untuk menjadi seorang *entrepreneur*. Menurut penelitian Caliendo, Fossen dan Kritikos (2011), mengatakan bahwa seseorang yang memiliki nilai dimensi *openness to experience* yang tinggi, maka orang tersebut adalah orang yang kreatif, inovatif dan memiliki keingintahuan yang tinggi. Melihat dari kepribadian tersebut, diharapkan orang tersebut menjadi dan bertahan sebagai seorang *entrepreneur*. Maka dari itu, dari penelitian sebelumnya dan dari penelitian yang dilakukan peneliti, menjelaskan lagi bahwa penyebab tidak adanya hubungan antara *openness to experience* dengan *entrepreneurial intention* dikarenakan pengaruh dari dimensi *agreeableness* dan subjek tidak menginginkan wirausaha sebagai pekerjaan utama.

5. KESIMPULAN

Dari penelitian yang dilakukan, didapatkan hasil bahwa terdapat hubungan antara *attitude* dengan *entrepreneurial intention* dan juga terdapat hubungan antara *big five personality* (*agreeableness* dan *conscientiousness*) dengan *entrepreneurial intention*. Sebaliknya tidak ada hubungan antara *big five personality* dengan *attitude*. Dari hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa kepribadian berpengaruh langsung terhadap *entrepreneurial intention*, tanpa melewati *attitude*. Hal ini menunjukkan bahwa *theory planned behavior* tidak dapat diaplikasikan secara penuh karena dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *personality* membentuk *entrepreneurial intention* secara langsung.

6. REFERENSI

Ajzen, I. (1991). The theory of plan behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Process*, 50. 179-211.

Basuki, O., & Djumena, E., (2011). *Jumlah entrepreneur hanya 0,18 persen*. Retrieved April 24, 2012, from <http://bisniskeuangan.kompas.com/read/2011/01/26/13375892/Jumlah.Entrepreneur.Hanya.0.18.Persen%20tan>

ggal%202%20desember%202011

Brandstatter, H. (2011). *Personality aspects of entrepreneurship : A look at five meta-analyses. Elsevier*. No 51 (hal 222-230)

Brice, J. (n.d). *The role of personality dimensions on the formation of entrepreneurial intentions*. Hofstra University, New York.

Bringer, B.R., Ireland, R.D. (2008). *Entrepreneurship (2nd edition)*. New Jersey : Pearson education.

Caliendo, M., Fossen, F., Kritikos, A., (2011). *Personality characteristic and the decision to become and stay self-employed. IZA*. No. 5566

Cantner, U., Silbereisen, R.K., & Wilfling, S. (2011, January). *Which big-five personality traits drive entrepreneurial failure in highly innovative firms?* Presented at Dime-Druid Academy Winter Conference, Aalborg, Denmark.

Chen, S.C., Jing, L.L., Sung, M.H., (2012). *University students personality traits and entrepreneurial intention: using entrepreneurship and entrepreneurial attitude as mediating variable. Ijer*. (hal 76-82)

Davidsson, P., (1995). *Determinants of entrepreneurship intentions*. Makalah disampaikan pada *RENT IX Workshop*, Piacenza, Italy.

- Feist, J., Feist, G.J., (2008). *Theories of personality (6th ed.)*. New York : The McGraw Hill.
- Ginzberg, E., (1952). *Toward a theory of occupational choice. Personel and Guidance Journal*. No. 30 (hal 491-494)
- Goel, A., Vohra, N., Zhang, L., Arora, B., (2006). *Attitudes of the youth towards entrepreneurs and entrepreneurship: a cross-cultural comparison of India and china. Journal of Asia Entrepreneurship and sustainability*. (vol 3, issue 1)
- Hisrich, R.D., Peters, M.P., Shepherd, D.A., (2008). *Entrepreneurship (7th edition)*. Singapore : McGraw Hill.
- Hutagalung, R.B., Situmorang, S.H., (2008). *Pengantar kewirausahaan(1st ed.)* Medan : USU press.
- Jumlah wirausaha baru di Indonesia bertambah.* (2012). Retrieved April 24, 2012, from <http://www.bisnis-kepri.com/index.php/2012/03/jumlah-wirausaha-baru-di-indonesia-bertambah/>
- Klyver, K., Hindle, K., Meyer, D., (2007). *Influence of social network structure on entrepenurship participation- A study of 20 national cultures*, 4, 331-347. doi: 10.1007/s11365-007-0053-0
- Lee, L., Wong, P.K., Foo, M.D., Leung, A., (2011). *Entrepreneurial intentions: The influence of organizational and individual factors. Elsevier*. No. 26 (hal 124-136)
- Linan, F., Chen, Y.W., (2009). *Development and cross-cultural application of a spesific instrument to measure entrepreneurial intentions*. Baylor university.
- Loken, B., (1983). *The theory of reasoned action: examination of the sufficiency assumption for a television viewing behavior. Consumer Research*. (10), 100-105.
- Moriano, J.A., Gorgievski, M., Laguna, M., Stephan,U., & Zarafshani, K. (2011). A cross cultural approach to understanding entrepreneurial intention. *Journal of Career Development*. doi: 10.1177/0894845310384481.
- Ogden, J. (2007). *Health Psychology*. 4th ed. New York : Mc Graw Hill
- Robbins,S.P., Judge,T.A. (2009). *Personality Behavior*. New Jearsey : Pearson education.
- Scholten, V., Kemp, R., Omta, O. (2004). *Entrepreneurship for life: The entrepreneurial intention among academics in the life sciences*. Wageningen University, Wageningen.
- Suryana., (2003). *Kewirausahaan : Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses (2nd ed.)* Jakarta : Salemba Empat.
- Weiten,W.(2010). *Psychology Themes and Variations(8th edition)*. Las

Vegas:Wadsworth, Cengage Learning.

Yang, K.S. (1986). 4 chinese personality and its change. *The Psychology of Chinese People*, 106-170. Hong Kong: Oxford University Press.

Zhao, H., Seibert, S.E., (2006). *The big five personality dimensions and entrepreneurial status : A meta analytival review. Journal of Applied Psychology*. No 2 (vol 91, hal 259-271)