

**DETERMINAN *SELF-EFFICACY* WIRAUSAHA TERHADAP INTENSI
WIRAUSAHA DI KOTA BANDA ACEH**

SKRIPSI

Skripsi Ini Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Bisnis
Universitas Muhammadiyah Aceh

OLEH :

**MAILYDYA HASTINA
NPM : 2102140005**



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH
PROGRAM STUDI KEWIRAUSAHAAN
BANDA ACEH
2024**



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH

FAKULTAS EKONOMI

JALAN MUHAMMADIYAH NO. 91 BATOH LUENG BATA
TELEPON (0651) 21023 FAKS. 21023 - 34092
BANDA ACEH 23245

Jurusan : kewirausahaan
Program : Sarjana S-1

Banda Aceh, 22 Januari 2025

TANDA PERSETUJUAN PENGESAHAN SKRIPSI

Dengan ini, kami menyatakan telah menyetujui/mengesahkan skripsi saudara

MAILYDYA HASTINA

NPM: 2102140005

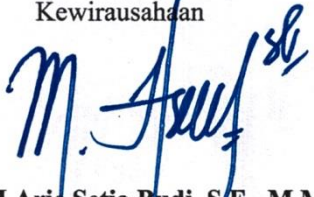
Dengan judul:

DETERMINAN *SELF-EFFICACY* WIRAUSAHA TERHADAP INTENSI WIRAUSAHA DIKOTA BANDA ACEH

Yang diajukan untuk memenuhi sebagian dari syarat-syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh.

Menyetujui/Mengesahkan
Komisi Ujian

Ketua Program Studi
Kewirausahaan


M. Arie Setia Budi, S.E., M.M
NIK. 19880924 201905 1 001

Pembimbing I


M. Arief Setia Budi, S.E., M.M
NIK. 19880924 201905 1 001

Pembimbing II


Aida Fitri, S.E., M.S.M
NIK. 19910513 201905 2 001



Mengetahui,
Dekan


Dr. Tarmizi Gadeng, S.Ag., S.E., M.Si., M.M
NIK. 19700408 199401 1 001



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH FAKULTAS EKONOMI

JALAN MUHAMMADIYAH NO. 91 BATOH LUENG BATA
TELEPON (0651) 21023 FAKS. 21023 - 34092
BANDA ACEH 23245

Jurusan : kewirausahaan
Program : Sarjana S-1

Banda Aceh, 22 Januari 2025

TANDA PERSETUJUAN KOMISI UJIAN SKRIPSI

Dengan judul:

**DETERMINAN *SELF- EFFICACY* WIRAUSAHA TERHADAP INTENSI WIRAUSAHA DI KOTA
BANDA ACEH**

Yang telah dipertahankan di depan komisi ujian, pada tanggal 22 Januari 2025

Menyetujui/Mengesahkan
Komisi Ujian

Ketua

Dr. Tarmizi Gadeng, S.Ag., S.E., M.Si., M.M
NIK. 19700408 199401 1 001

Sekretaris

Syamsidar, S.E., M.Si., AK
NIK. 19730921 199901 2 001

Anggota

M. Arief Setia Budi, S.E., M.M
NIK. 19880924 201905 1 001

Anggota

Aida Fitri, S.E., M.S.M
NIK. 19910513 201905 2 001

Mengetahui,
Ketua Program Studi Kewirausahaan

M. Arief Setia Budi, S.E., M.M
NIK. 19880924 201905 1 001

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

"SAYA YANG BERTANDA TANGAN DI BAWAH INI MENYATAKAN BAHWA SKRIPSI INI TELAH DITULIS DENGAN SESUNGGUH-SUNGGUHNYA DAN TIDAK ADA BAGIAN YANG MERUPAKAN PENJIPLAKAN KARYA ORANG LAIN DI PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH, APABILA DI KEMUDIAN HARI TERBUKTI BAHWA PERNYATAAN INI TIDAK BENAR MAKA SAYA SANGGUP MENERIMA HUKUMAN/SANKSI SESUAI PERATURAN YANG BERLAKU"

Banda Aceh, 22 Januari 2025

Yang Menyatakan



MAILYDYA HASTINA

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

"SAYA YANG BERTANDA TANGAN DI BAWAH INI MENYATAKAN BAHWA SKRIPSI INI TELAH DITULIS DENGAN SESUNGGUH-SUNGGUHNYA DAN TIDAK ADA BAGIAN YANG MERUPAKAN PENJIPLAKAN KARYA ORANG LAIN DI PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH, APABILA DI KEMUDIAN HARI TERBUKTI BAHWA PERNYATAAN INI TIDAK BENAR MAKA SAYA SANGGUP MENERIMA HUKUMAN/SANKSI SESUAI PERATURAN YANG BERLAKU"

Banda Aceh, 22 Januari 2025

Yang Menyatakan



MAILYDYA HASTINA

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji dan syukur kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **"DETERMINAN *SELF-EFFICACY* WIRAUSAHA TERHADAP INTENSI WIRAUSAHA DI KOTA BANDA ACEH"**.

Skripsi ini dilakukan sebagai bentuk upaya peneliti untuk memenuhi salah satu persyaratan akademis guna meraih gelar sarjana program studi kewirausahaan di Universitas Muhammadiyah Aceh. Skripsi ini merupakan hasil perenungan, pengalaman, dan dedikasi peneliti selama perjalanan studi di lingkungan kampus. Oleh karena itu, peneliti sampaikan terima kasih atas waktu, tenaga dan pikirannya yang telah diberikan.

Keberhasilan peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, pengarahan, dan dukungan dari berbagai pihak yang dengan ketulusan, kasih sayang, dan pengorbanan memberikan bantuan kepada peneliti. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Skripsi ini peneliti sembahkan untuk ayahanda hasbi razali dan ibunda yusnidar yang paling saya hormati dan yang paling saya sayangi, terimakasih atas doanya dan dukungan yang telah diberikan selama ini, terimakasih banyak karna sudah membiayai peneliti sampai menjadi seorang sarjana, terimakasih karna tidak pernah mengeluh dalam hal apa pun terimakasih karna sudah merawat peneliti sampai menjadi sedewasa ini, jagalah kesehatan dan hiduplah lebih lama lagi, peneliti akan membuktikan pada orang orang bahwa anakmu ini akan sukses dunia dan akhirat love you more and more

2. Drs. Tarmizi Gadeng, S.E., M.Si., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh.
3. Syamsidar, S.E., M.Si, Ak, C.A selaku Wakil Dekan Bidang Akademik Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh.
4. M.Arief Setia Budi,S.E.,M.M selaku ketua program studi kewirausahaan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh.
5. Aida Fitri, S.E., M.S.M selaku sekretaris program studi kewirausahaan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh.
6. Dosen, staf pengantar dan karyawan di Universitas Muhammadiyah Aceh.
7. Terakhir, peneliti ingin mengucapkan terimakasih pada diri sendiri karna sudah bertahan sampek titik ini.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun dari pembaca akan peneliti terima dengan senang hati. Akhirnya peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Aamiin.

Banda Aceh, 5 Desember 2024

Peneliti

Mailydya Hastina

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	12
BAB II KAJIAN TEORITIS.....	14
2.1 Intensi Wirausaha.....	14
2.1.1 Pengertian Intensi Wirausaha.....	14
2.1.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Intensi Berwirausaha.....	16
2.1.3 Indikator Intensi Berwirausaha	18
2.2 <i>Self-Efficacy</i>	19
2.2.1 Pengertian <i>Self-Efficacy</i>	19
2.2.2 Dimensi <i>Self-Efficacy</i>	20
2.3 Penelitian Sebelumnya	29
2.4 Kerangka Pemikiran.....	36
2.5 Hipotesis.....	36
BAB III METODE PENELITIAN.....	37
3.1 Desain Penelitian.....	37
3.1.1 Lokasi dan Objek Penelitian	37
3.1.2 Tujuan Penelitian	37
3.1.3 Jenis Penelitian.....	38
3.1.4 Horizon Waktu Penelitian	38
3.1.5 Unit Analisis	39
3.2 Populasi Sampel.....	40
3.2.1 Populasi.....	40
3.2.2 Sampel.....	40
3.3 Sumber dan Teknik Pengambilan Data.....	42
3.4 Definisi dan Operasionalisasi Variabel	42
3.4.1 Definisi Variabel	42
3.4.2 Operasionalisasi Variabel.....	43
3.5 Teknik Analisis Data.....	44
3.6 Pengujian Data	45
3.6.1 Pengujian Instrumen.....	45
3.6.2 Pengujian Asumsi Klasik	46
3.7 Pengujian Hipotesis.....	47
3.7.1 Uji T	48
3.7.2 Uji F	48

3.7.3 Koefisien Determinasi (R^2)	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	50
4.1 Gambaran Umum Objek penelitian	50
4.2 Karakteristik Responden	51
4.2.1 Jenis kelamin.....	51
4.2.2 Usia	52
4.2.3 Status perkawinan	52
4.2.4 Tingkat pendidikan.....	52
4.3 Deskriptif Variabel Penelitian.....	53
4.3.1 Intensi berwirausaha.....	53
4.3.2 <i>Role model</i>	54
4.3.3 <i>Need for achievement</i>	55
4.3.4 <i>Subjective norms</i>	56
4.4 Hasil Pengujian Data.....	56
4.4.1 Pengujian Instrumen.....	56
4.4.2 Pengujian Asumsi Klasik	59
4.4.3 Pengujian Hipotesis.....	62
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian	68
4.5.1 Pengaruh <i>Role model</i> Secara Parsial Terhadap Intensi Berwirausaha.....	68
4.5.2 Pengaruh <i>Need for achievement</i> Secara Parsial Terhadap Intensi Berwirausaha.....	69
4.5.3 Pengaruh <i>Subjective Norms</i> Secara Parsial Terhadap Intensi Berwirausaha.....	69
4.5.4 Pengaruh <i>Role model</i> , <i>Need for achievement</i> dan <i>Subjective norms</i> Secara Simultan Terhadap Intensi Berwirausaha.....	70
4.6 Implikasi Penelitian.....	71
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	73
5.1 Kesimpulan	73
5.2 Saran	75
DAFTAR PUSTAKA.....	78

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian sebelumnya	34
Tabel 3.1	Horizon waktu penelitian	39
Tabel 3.2	Skala Likert.....	39
Tabel 3.3	Populasi dan sampel pada setiap kecamatan.....	42
Tabel 3.4	Operasionalisasi dan Indikator Variabel	43
Tabel 4.1	Jenis kelamin responden	51
Tabel 4.2	Usia responden.....	52
Tabel 4.3	Status perkawinan responden.....	52
Tabel 4.4	Tingkat pendidikan Responden.....	53
Tabel 4.5	Penggolongan persepsi responden	53
Tabel 4.6	Frekuensi Variabel Intensi Berwirausaha	54
Tabel 4.7	Frekuensi Variabel Role model.....	54
Tabel 4.8	Frekuensi Variabel Need for achievement.....	55
Tabel 4.9	Frekuensi Variabel Subjective norms	56
Tabel 4.10	Uji Validitas Variabel	57
Tabel 4.11	Uji Reliabilitas Variabel	58
Tabel 4.12	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	59
Tabel 4.13	Hasil Uji Multikolinearitas	61
Tabel 4.14	Hasil Analisa Linear Berganda.....	63
Tabel 4.15	Model Summaryb	65
Tabel 4.16	Anova.....	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka pemikiran	36
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas	60
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner	83
Lampiran 2.	Tabulasi Data	85
Lampiran 3.	Karakteristik responden.....	89
Lampiran 4.	Frekuensi Variabel	92
Lampiran 4.1.	Intensi berwirausaha.....	88
Lampiran 4.2.	<i>Role Model</i>	90
Lampiran 4.3.	<i>Need for achievement</i>	92
lampiran 4.4.	<i>Subjective norms</i>	93
Lampiran 5.	Uji Validitas dan Reliabilitas	94
Lampiran 6.	Regresi linear berganda.....	102
Lampiran 7.	Uji Asumsi Klasik	103
Lampiran 8.	Distribusi nilai F tabel.....	104
Lampiran 9.	Distribusi nilai T tabel.....	105
Lampiran 10.	Distribusi nilai R tabel.....	106

**DETERMINAN *SELF-EFFICACY* WIRAUSAHA TERHADAP INTENSI
WIRAUSAHA DI KOTA BANDA ACEH**

MAILYDYA HASTINA

NPM: 2102140005

Pembimbing I : M.ARIEF SETIA BUDI, S.E., M.M

Pembimbing II : AIDA FITRI, S.E., M.S.M

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisa pengaruh determinan *self-efficacy* terhadap intensi berwirausaha, yang meninjau *role model*, *need for achievement*, *subjective norms*. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Jumlah sampel penelitian ini sebanyak 100 responden. Sampel ditentukan dengan menggunakan rumus slovin. Pengumpulan sampel menggunakan teknik *sampling probabilitas* dengan jenis *Proportionate Stratified Random Sampling*. Pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi linier berganda pada tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$). Hasil dari penelitian ini adalah *role model* secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap intensi berwirausaha. *Need for achievement* berpengaruh secara parsial terhadap intensi berwirausaha. *Subjective norms* berpengaruh secara signifikan terhadap intensi berwirausaha. Secara simultan, *role model*, *need for achievement* dan *subjective norms* berpengaruh signifikan terhadap intensi berwirausaha.

**Kata Kunci : *Self-efficacy*, *role model*, *need for achievement*, *subjective norms*,
intensi berwirausaha**

**DETERMINANTS OF ENTREPRENEURIAL SELF-EFFICACY ON
ENTREPRENEURIAL INTENTIONS IN BANDA ACEH CITY**

MAILYDYA HASTINA

Reg. no: 2102140005

Supervisor I : M.ARIEF SETIA BUDI, S.E., M.M

Supervisor II : AIDA FITRI, S.E., M.S.M

ABSTRACT

This research aims to test and analyze the influence of self-efficacy determinants on entrepreneurial intentions, reviewing role models, need for achievement, subjective norm. This research method uses a quantitative approach. The total sample for this research was 100 respondents. Samples are determined using the Slovin formula. Sample collection used probability sampling techniques with the Proportionate Stratified Random Sampling type. Hypothesis testing uses multiple linear regression analysis at a confidence level of 95% ($\alpha = 0.05$). The results of this research are that role models partially have a significant effect on entrepreneurial intentions. Need for achievement partially influences entrepreneurial intentions. Subjective norms have a significant effect on entrepreneurial intentions. Simultaneously, role models, need for achievement and subjective norms have a significant effect on entrepreneurial intentions.

Key Word : Self-efficacy, role model, need for achievement, subjective norms, entrepreneurial intentions

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan sektor kuliner di Indonesia telah menunjukkan potensi yang besar dalam beberapa tahun terakhir. Sebagai salah satu sektor yang terus tumbuh, industri kuliner selain menjadi sumber penghidupan bagi masyarakat, juga berperan penting dalam perekonomian daerah. Perkembangan ini memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian lokal, serta membuka peluang usaha baru bagi masyarakat. Namun, di tengah potensi yang besar, industri kuliner masih dihadapkan pada berbagai tantangan, terutama dalam menjaga stabilitas usaha di tengah persaingan yang ketat dan perubahan preferensi konsumen. Faktor internal seperti kepribadian dan penilaian diri pemilik bisnis berperan penting dalam menentukan keberhasilan dan kelangsungan usaha. Meskipun tren ini terlihat jelas di tingkat nasional, perkembangan sektor kuliner di Aceh masih menghadapi berbagai tantangan yang menghambat pertumbuhannya. Wilayah yang kaya akan kuliner tradisional seperti Mie Aceh dan Kopi Aceh ini belum sepenuhnya memanfaatkan potensi yang ada.

Di Aceh, bisnis kuliner skala menengah kecil memainkan peran penting dalam perekonomian lokal dan menjadi sumber penghidupan bagi banyak keluarga. Namun, meskipun potensi yang dimiliki cukup besar, banyak usaha kuliner ini kesulitan mempertahankan keberlanjutan dan berkembang dalam jangka panjang. Tantangan yang dihadapi, seperti persaingan ketat dengan bisnis berskala lebih besar dan juga kemampuan pemilik usaha dalam menghadapi tekanan dan mengelola tantangan juga berperan penting dalam kelangsungan

bisnis mereka. Di sinilah penilaian diri seorang pengusaha, yang melibatkan keyakinan pada kemampuan diri serta pengendalian emosi dalam menghadapi tantangan.

Berdasarkan data dari badan pusat statistik pada sektor penyediaan akomodasi dan makan minum di Kota Banda Aceh mengalami peningkatan signifikan dalam nilai PDRB dari 1.022.315,6 juta rupiah pada tahun 2022 menjadi 1.220.848,4 juta rupiah pada tahun 2023 (peningkatan sebesar 19,4%), pertumbuhan ini menunjukkan ketergantungan ekonomi yang tinggi pada sektor tersebut, yang bisa berbahaya jika tidak diimbangi dengan diversifikasi. Sementara sektor ini berkembang pesat, total PDRB seluruh sektor hanya meningkat 10,3% dari 21.560.511,3 juta rupiah menjadi 23.777.464,8 juta rupiah dalam periode yang sama, menandakan bahwa sebagian besar pertumbuhan ekonomi daerah sangat bergantung pada konsumsi dan pariwisata. Ketergantungan yang berlebihan ini dapat membuat ekonomi lokal rentan terhadap guncangan, seperti penurunan wisatawan atau perubahan pola konsumsi, yang bisa berdampak besar pada pendapatan masyarakat dan stabilitas ekonomi jangka panjang. Meski demikian, sektor ini tetap memiliki potensi besar dan harus terus dikembangkan sebagai salah satu pilar ekonomi daerah. Namun, pengembangan tersebut harus disertai dengan strategi yang lebih berkelanjutan, seperti peningkatan kualitas layanan, promosi wisata budaya, dan pengembangan sektor-sektor pelengkap, agar perekonomian Banda Aceh tidak hanya bertumpu pada satu sektor saja. Dengan begitu, sektor ini bisa memberikan manfaat jangka panjang sekaligus mengurangi risiko ketergantungan ekonomi yang terlalu tinggi.

Tindakan kewirausahaan seringkali dianggap sebagai konsekuensi atau

tindak lanjut dari sebuah niat atau intensi berwirausaha (Anwar et al., 2023). Mayoritas penelitian yang telah dilakukan di berbagai negara, menyatakan bahwa intensi berwirausaha atau *Entrepreneurial Intention* (EI) merupakan predictor yang baik untuk mengukur perilaku berwirausaha seseorang. Intensi berwirausaha adalah langkah pertama bagi seseorang menuju proses kewirausahaan dan menjadi dasar dalam mengimplementasikan kegiatan kewirausahaan seperti perencanaan dan implementasi ide-ide bisnis baru yang dibuat dalam keadaan sadar (Maheshwari, 2022).

Penelitian mengenai kewirausahaan masih intens dilakukan mengingat perkembangan dan kondisi perekonomian yang terus berubah. Kewirausahaan oleh kaum muda menjadi fokus utama para peneliti karena merupakan strategi penting untuk mendorong kemampuan kerja para lulusan masing-masing negara di dunia (Nguyen et al., 2019). Kajian literatur menyeluruh telah dianalisis oleh Liñán et al., (2015) menemukan bahwa para peneliti selain berfokus pada model dasar intensi berwirausaha, juga telah mempertimbangkan beberapa faktor lain termasuk variabel tingkat pribadi, pendidikan kewirausahaan, institusi, konteks, serta proses kewirausahaan.

Penelitian sebelumnya telah banyak menguji tiga anteseden yang diadopsi dari teori perilaku terencana oleh Ajzen (1991) di antaranya sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku untuk memprediksi intensi berwirausaha. Namun pada nyatanya beberapa penelitian menyarankan untuk mempertimbangkan faktor atau variabel lain yang juga diprediksi mampu meningkatkan intensi seseorang dalam berwirausaha, seperti faktor pribadi, kontekstual, demografi, sosial yang mempengaruhi kecenderungan berwirausaha seseorang (Anwar et al., 2023; Lee et

al., 2022; Munir et al., 2019). Kepribadian diindikasikan sebagai salah satu aspek yang dipercaya berkontribusi dalam membentuk perilaku berwirausaha seseorang (Sun et al., 2020). Tidak semua orang akan memiliki kecenderungan untuk menjadi wirausaha meskipun keadaannya sebanding. Sehingga faktor kepribadian sangat relevan untuk menjelaskan karakteristik seorang calon pengusaha untuk kemudian bertindak secara kewirausahaan. Mengingat atribut kepribadian merupakan suatu hal yang cukup luas, sehingga perlu dilakukan eksplorasi lebih lanjut untuk lebih memahami peran kepribadian terhadap keinginan dalam membangun sebuah usaha secara spesifik.

Seiring dengan perkembangan bisnis yang semakin pesat dan kompleks, faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan suatu usaha juga semakin beragam. Salah satunya adalah peran penting dari *self-efficacy*, yang dapat menjadi indikator utama dalam menentukan kemampuan pengelola bisnis untuk mengatasi tantangan dan memanfaatkan peluang yang ada. Srimulyani dan Hermanto (2022) menjelaskan bahwa secara umum konsep *self-efficacy* berasal dari konstruksi psikologis dalam teori kognitif sosial (*Social Cognitive Theory* atau SCT), yang menjelaskan keyakinan seseorang terhadap kemampuannya untuk memengaruhi tindakan dan menghasilkan hasil yang diinginkan. *Self-efficacy* mampu mendorong seseorang untuk melakukan perubahan, seperti yang dikatakan oleh Mimiastri et al (2023) *self efficacy* mendorong seseorang untuk melakukan rangkaian tindakan efektif untuk mengubah lingkungan. Dalam hal ini, efikasi diri (*self efficacy*) bertindak sebagai sebuah mekanisme motivasi diri (*self-motivating mechanism*) dimana seseorang yang memandang tinggi kompetensinya akan menciptakan tujuan bagi dirinya sendiri dan terdorong untuk mengeluarkan upaya

serta persistensi dalam mengatasi rintangan-rintangan.

Self-efficacy berkaitan dengan kemampuan seseorang dalam melaksanakan suatu tugas. Dengan kata lain, *self-efficacy* mengacu pada keyakinan individu terhadap kemampuannya untuk menyelesaikan tugas, mencapai tujuan, dan mengatasi hambatan yang dihadapi. Menurut Arianty et al, (2020), *self-efficacy* atau efikasi diri adalah keyakinan seseorang terhadap kemampuannya dalam menghadapi berbagai masalah. Seorang wirausahawan, khususnya, perlu memiliki rasa percaya diri ini untuk dapat mengelola usahanya dengan baik. Keyakinan pada kemampuan diri tersebut membantu mereka dalam mengambil keputusan, menghadapi tantangan bisnis, dan mempertahankan motivasi untuk mencapai tujuan usaha.

Berbagai kajian terkait perkembangan wirausaha menunjukkan bahwa faktor internal, seperti *self-efficacy* memiliki peran penting dalam mendukung keberhasilan individu dalam mengelola usaha. Hal ini sejalan dengan temuan penelitian sebelumnya yang telah membahas bagaimana kedua konsep tersebut memengaruhi perkembangan wirausaha. Mufaqoh dan Anisa (2022) dalam penelitiannya mengatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *self-efficacy* dan perkembangan bisnis. Srimulyani dan Hermanto (2022) juga mengatakan hal yang sama yaitu *self-efficacy* berpengaruh secara signifikan terhadap perkembangan bisnis. Ie dan Visantia (2013) juga mengatakan hal yang sama yaitu Efikasi diri dan motivasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap perkembangan usaha pada pemilik toko pakaian di Tanah Abang.

Dalam perkembangan bisnis rendahnya keyakinan diri adalah suatu permasalahan yang harus diselesaikan oleh pengusaha untuk mengatasi tantangan

atau mencapai tujuan bisnis. Ketika seorang pelaku bisnis merasa tidak yakin akan kemampuannya, mereka cenderung menghindari risiko, merasa cemas dalam mengambil keputusan penting, dan kurang berani berinovasi. *Rendahnya self-efficacy* ini sering kali disebabkan oleh pengalaman kegagalan sebelumnya, ketidakpastian pasar, atau bahkan pengaruh lingkungan sosial yang pesimis terhadap kemampuan mereka. Hal ini dapat menyebabkan pengusaha terjebak dalam zona nyaman dan enggan untuk mengeksplorasi strategi baru atau menghadapi kompetisi yang lebih besar. Dampak dari masalah ini tidak hanya dirasakan oleh individu pelaku bisnis, tetapi juga dapat menular pada tim yang dipimpin, menciptakan budaya kerja yang kurang produktif dan motivasional, serta memperlambat laju pertumbuhan perusahaan secara keseluruhan.

Masalah yang berkaitan dengan efikasi diri dalam perkembangan bisnis menyoroti pentingnya pemahaman tentang bagaimana keyakinan individu terhadap kemampuannya dapat menjadi faktor penentu dalam mendorong pertumbuhan dan keberhasilan bisnis. *Self-efficacy* seseorang terhadap kemampuannya untuk mencapai tujuan, merupakan elemen penting dalam perkembangan bisnis karena secara langsung memengaruhi cara pengusaha mengambil keputusan, mengatasi tantangan, dan mempertahankan motivasi di tengah ketidakpastian. Seorang pelaku bisnis dengan *self-efficacy* tinggi cenderung lebih optimis dan percaya diri dalam menghadapi berbagai risiko dan hambatan, sehingga mereka lebih berani mengambil inisiatif dalam menerapkan strategi-strategi baru, berinovasi, serta mencari peluang di tengah persaingan.

Self-efficacy juga membantu pengusaha untuk tidak mudah menyerah saat menghadapi masa-masa sulit atau krisis, karena mereka percaya pada kemampuan

diri untuk menemukan solusi dan beradaptasi dengan perubahan pasar atau tantangan ekonomi. Kepercayaan ini mendorong mereka untuk terus belajar dari kegagalan dan kembali mencoba dengan pendekatan yang lebih baik, yang pada akhirnya mendorong pertumbuhan bisnis yang lebih tangguh. Di samping itu, *self-efficacy* yang kuat pada seorang pemimpin bisnis dapat menginspirasi tim, menciptakan lingkungan kerja yang positif, serta meningkatkan produktivitas dan komitmen karyawan, yang semuanya berkontribusi pada keberhasilan jangka panjang bisnis.

Selain keyakinan diri yang tercermin dalam konsep *self-efficacy*, kehadiran seorang *role model* juga menjadi faktor penting yang dapat memengaruhi individu dalam membangun kepercayaan diri dan mencapai keberhasilan. Menurut Ie et al (2024), *Role Model* adalah individu yang memiliki profil atau jabatan yang lebih tinggi, yang kerap dijadikan sebagai teladan oleh para wirausahawan. Peran seorang *Role Model* sangat penting dalam mendukung proses pengembangan bisnis, karena mereka tidak hanya memberikan inspirasi, tetapi juga berfungsi sebagai sumber pembelajaran, motivasi, dan panduan praktis yang dapat membantu wirausahawan menghadapi berbagai tantangan dalam dunia bisnis.

Role model memiliki pengaruh yang signifikan terhadap intensi berwirausaha karena mereka dapat menjadi sumber inspirasi, motivasi, dan pembelajaran bagi individu yang ingin memulai usaha. Melalui keberhasilan dan pengalaman mereka, *role model* dapat meningkatkan kepercayaan diri individu dengan menunjukkan bahwa kesuksesan dalam kewirausahaan adalah sesuatu yang dapat dicapai, terutama jika mereka menghadapi tantangan serupa. Selain itu, mereka memberikan panduan praktis tentang cara menghadapi risiko,

mengelola usaha, dan memanfaatkan peluang, sehingga membantu individu merancang langkah-langkah konkret untuk mewujudkan niat berwirausaha. Namun, terdapat beberapa permasalahan yang dapat muncul, seperti kesenjangan antara realitas dan harapan, di mana individu merasa bahwa keberhasilan *role model* terlalu sulit dicapai sehingga dapat menurunkan motivasi. Selain itu, tidak semua *role model* memberikan contoh yang ideal, karena ada kemungkinan mereka memiliki pendekatan yang tidak sesuai atau tidak relevan dengan kebutuhan dan konteks individu tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun *role model* memiliki banyak dampak positif, penggunaannya dalam membangun intensi berwirausaha perlu disertai dengan pemahaman kritis dan adaptasi terhadap situasi pribadi masing-masing individu.

Selain pengaruh dari *role model* yang memberikan inspirasi dan panduan, *subjective norms* juga memainkan peran penting dalam membentuk perilaku individu melalui tekanan sosial dan harapan dari lingkungan sekitarnya. Chin et al (2024) menjelaskan bahwa *subjective norms* merujuk pada keyakinan normatif yang dirasakan oleh individu terkait dengan orang-orang yang dianggap signifikan dalam kehidupan mereka, seperti keluarga, kerabat, teman, serta individu dan kelompok penting lainnya. Secara lebih sederhana, *subjective norms* dapat dipahami sebagai persepsi individu terhadap apa yang dipikirkan atau diharapkan oleh orang lain mengenai perilaku yang akan dilakukan atau diusulkan. Dengan kata lain, *subjective norms* mencerminkan sejauh mana individu merasa bahwa orang-orang di sekitarnya mendukung atau menentang tindakan yang akan diambil, yang pada gilirannya dapat mempengaruhi keputusan dan motivasi mereka untuk berperilaku tertentu.

Subjective norms mencerminkan seberapa jauh dukungan atau tekanan sosial dari orang-orang yang dianggap penting oleh individu, seperti keluarga, teman, dan komunitas sekitar, dalam mendukung keputusan untuk berwirausaha. Ketika individu merasa bahwa orang-orang di sekitar mereka memberikan dukungan positif terhadap rencana mereka untuk memulai usaha, intensi berwirausaha cenderung meningkat karena adanya rasa percaya diri dan validasi sosial. Sebaliknya, jika individu merasa bahwa lingkungan sosialnya tidak mendukung atau bahkan meremehkan keputusannya untuk berwirausaha, hal ini dapat menurunkan motivasi dan menghambat niat tersebut. Namun, terdapat beberapa permasalahan pada *subjective norms*, seperti ketergantungan individu pada ekspektasi orang lain, yang dapat mengurangi otonomi dan keberanian untuk mengambil risiko. Selain itu, *subjective norms* tidak selalu mencerminkan realitas, karena individu mungkin salah menafsirkan pendapat orang lain atau merasa tertekan untuk mengikuti harapan yang tidak sesuai dengan keinginan dan potensi pribadi mereka. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun *subjective norms* dapat mendorong intensi berwirausaha, pengaruhnya sangat bergantung pada bagaimana individu menyeimbangkan persepsi sosial dengan aspirasi dan keyakinan pribadinya.

Selain pengaruh *subjective norms* yang membentuk perilaku individu berdasarkan ekspektasi sosial, konsep *need for achievement* juga turut berperan dalam mendorong individu untuk berusaha mencapai tujuan pribadi, meskipun kadang bertentangan dengan norma yang ada di sekitarnya. Wardana dan Ghofur (2024) mengatakan bahwa *need for achievement* merujuk pada dorongan internal yang kuat dalam diri seseorang untuk meraih kesuksesan serta mendapatkan

penghargaan atau pengakuan atas prestasi yang telah dicapainya. Individu dengan tingkat *need for achievement* yang tinggi biasanya memiliki motivasi yang tinggi untuk terus berkembang dan mencapai tujuan, serta cenderung memiliki mentalitas positif yang mendorong mereka untuk bertindak dengan cara yang kreatif dan inovatif dalam menghadapi berbagai situasi. Mereka tidak takut menghadapi tantangan dan sering kali melihat kegagalan sebagai peluang untuk belajar dan tumbuh, yang pada gilirannya membantu mereka untuk terus berusaha mencapai tujuan yang lebih tinggi.

Need for achievement memiliki pengaruh yang besar terhadap intensi berwirausaha karena individu dengan tingkat *need for achievement* yang tinggi cenderung termotivasi untuk mencapai kesuksesan melalui pencapaian pribadi dan pengakuan atas prestasi mereka. Dorongan internal ini membuat mereka lebih berani mengambil risiko, berinovasi, dan mencari peluang baru dalam dunia kewirausahaan. Mereka memiliki visi yang jelas dan tekad untuk terus maju meskipun menghadapi rintangan, yang pada gilirannya meningkatkan niat untuk memulai dan mengelola usaha. Namun, terdapat beberapa permasalahan terkait dengan *need for achievement*, salah satunya adalah jika dorongan untuk mencapai kesuksesan ini berlebihan, individu bisa menjadi terlalu kompetitif dan terburu-buru dalam mengambil keputusan tanpa mempertimbangkan risiko dengan matang. Selain itu, individu dengan *need for achievement* yang tinggi dapat merasa kecewa atau frustrasi apabila mereka tidak mencapai hasil yang diharapkan, yang bisa menyebabkan penurunan motivasi atau bahkan kegagalan dalam berwirausaha. Terlalu fokus pada pencapaian pribadi juga bisa mengurangi kemampuan mereka untuk bekerja dalam tim atau menerima umpan balik dari

orang lain, yang sangat penting dalam dunia bisnis.

Penelitian awal yang peneliti lakukan terlihat bahwa di kota Banda Aceh sendiri intensi berwirausaha sangatlah kurang, terbukti dengan data dari BPS yang mana roda perekonomian di Banda Aceh hanya berfokus pada satu sektor saja yaitu sektor pariwisata. Ketergantungan ini bisa berdampak besar pada pendapatan masyarakat dan stabilitas ekonomi jangka panjang.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas dan dihubungkan dengan permasalahan yang terjadi maka peneliti tertarik untuk membahas hal tersebut ke dalam penelitian dengan judul **Determinan *Self-Efficacy* Wirausaha Terhadap Intensi Wirausaha.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *role model* berpengaruh secara parsial terhadap intensi wirausaha
2. Apakah *subjective norms* berpengaruh secara parsial terhadap intensi wirausaha
3. Apakah *need for achievement* berpengaruh secara parsial terhadap intensi wirausaha
4. *Role model*, *subjective norms*, dan *need for achievement* berpengaruh secara simultan terhadap intensi wirausaha

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *role model* secara parsial terhadap intensi wirausaha

2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *need for achievement* secara parsial terhadap intensi wirausaha
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *subjective norms* secara parsial terhadap intensi wirausaha.
4. Untuk menguji dan menganalisa pengaruh *role model*, *subjective norms*, dan *need for achievement* secara simultan terhadap intensi wirausaha.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang akan dijabarkan dalam uraian berikut ini:

1. Manfaat praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya berwirausaha, selain itu juga memberikan manfaat kepada peneliti dan masyarakat luas sebagai tambahan wawasan mengenai berwirausaha itu sendiri

2. Manfaat teoritis

- a) Bagi peneliti adalah sebagai referensi untuk perkembangan ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan berwirausaha
- b) Bagi pihak instansi terkait adalah sebagai masukan dan informasi tambahan dalam kinerja tim
- c) Bagi pihak lain adalah sebagai referensi dan bahan bacaan.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Berdasarkan pemaparan di atas, penelitian ini dilaksanakan untuk mengetahui pengaruh determinan *self-efficacy* wirausaha terhadap intensi

wirusaha. Penelitian ini dilaksanakan di Kota Banda Aceh. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah intensi berwirausaha. Variabel independen dalam penelitian ini adalah *self-efficacy*. Penelitian ini hanya fokus pada pengaruh antara *self-efficacy* dan intensi berwirausaha di Kota Banda Aceh.

BAB II

KAJIAN TEORITIS

1.1 Intensi Wirausaha

1.1.1 Pengertian Intensi Wirausaha

Wardana dan Ghofur (2024) menyatakan bahwa intensi berwirausaha merupakan langkah awal yang sangat penting bagi individu dalam memulai proses kewirausahaan. Intensi ini mencerminkan niat atau keinginan yang mendalam dari seseorang untuk memulai, merancang, dan menjalankan suatu usaha baru. Dengan kata lain, intensi berwirausaha berperan sebagai fondasi utama yang mendorong seseorang untuk mengambil tindakan nyata dalam dunia bisnis. Niat ini tidak hanya terbatas pada keinginan semata, tetapi juga mencakup tekad yang diwujudkan melalui perencanaan strategis dan pelaksanaan ide-ide kreatif. Semua ini dilakukan secara sadar sebagai bentuk kesiapan untuk menghadapi tantangan dan peluang dalam menciptakan serta mengembangkan bisnis yang inovatif.

Nawu et al., (2023) menjelaskan bahwa intensi berwirausaha merupakan tahap awal yang krusial dalam rangkaian panjang proses pelaksanaan sebuah usaha. Intensi ini mengacu pada dorongan atau keinginan kuat dari seseorang untuk memulai dan membangun sebuah bisnis. Dengan adanya intensi berwirausaha, individu cenderung memiliki preferensi yang lebih besar untuk memilih jalur karier sebagai seorang wirausaha, dibandingkan dengan pilihan karier lainnya. Keinginan ini menjadi titik tolak bagi individu untuk mengambil langkah-langkah konkret dalam merintis dan mengelola usaha, sekaligus mencerminkan motivasi mereka untuk menghadapi tantangan dan peluang di dunia kewirausahaan.

Pratana dan Margunani (2019) menyatakan bahwa intensi berwirausaha adalah bentuk kesungguhan dan komitmen seseorang untuk mengambil langkah nyata dalam menjalankan kegiatan kewirausahaan. Intensi ini tidak hanya sekadar niat, tetapi juga mencakup tekad untuk bertindak secara terencana dan segera merealisasikannya. Langkah tersebut diwujudkan melalui keputusan untuk menjadikan wirausaha sebagai pilihan karier utama. Selain itu, intensi berwirausaha mendorong individu untuk menciptakan produk-produk yang inovatif, sehingga tidak hanya memenuhi kebutuhan pasar tetapi juga menghasilkan nilai ekonomi yang signifikan. Dengan demikian, intensi berwirausaha menjadi landasan penting bagi individu dalam merancang masa depan sebagai seorang wirausaha yang kreatif dan visioner.

Islami (2015) mengungkapkan bahwa intensi berwirausaha dapat didefinisikan sebagai kecenderungan atau dorongan keinginan individu untuk melibatkan diri dalam kegiatan kewirausahaan. Intensi ini mencerminkan motivasi internal seseorang untuk mengambil tindakan nyata dalam merintis dan menjalankan usaha. Dengan kata lain, intensi berwirausaha adalah manifestasi dari keinginan kuat individu untuk menciptakan peluang usaha dan menghadapi tantangan di dunia bisnis, yang pada akhirnya menjadi fondasi bagi pengambilan keputusan untuk berwirausaha.

Kusmintarti (2017) menyatakan bahwa intensi berwirausaha dapat didefinisikan sebagai representasi kognitif yang mencerminkan tindakan yang direncanakan oleh seseorang dalam konteks kewirausahaan. Intensi ini tidak hanya mencakup keinginan untuk mendirikan usaha baru, tetapi juga melibatkan upaya untuk menciptakan nilai tambah atau inovasi pada perusahaan yang sudah

berjalan. Dengan kata lain, intensi berwirausaha menggambarkan pemikiran strategis individu mengenai langkah-langkah yang akan diambil untuk mewujudkan ide-ide bisnis, baik dalam bentuk usaha baru maupun pengembangan usaha yang sudah ada, sehingga mampu memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi dan inovasi.

Berdasarkan beberapa pendapat diatas, maka dapat disimpulkan bahwa intensi berwirausaha dapat diartikan sebagai motivasi, keinginan mendalam, atau tekad kuat yang mendorong individu untuk memulai, merancang, serta mengelola kegiatan kewirausahaan. Intensi ini bukan sekadar niat atau keinginan pasif, melainkan mencakup kesungguhan yang diwujudkan melalui komitmen dan perencanaan strategis yang matang.

1.1.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Intensi Berwirausaha

Wardana dan Ghofur (2024) menyatakan bahwa 3 faktor yang mempengaruhi intensi berwirausaha, yaitu:

1. *Locus of control*: Keyakinan seseorang terhadap kontrol atas keberhasilannya. Internal *locus of control* meningkatkan intensi berwirausaha karena percaya kesuksesan bergantung pada usaha pribadi, bukan faktor eksternal.
2. *Need for achievement*: Dorongan untuk berprestasi dan mencapai tujuan. Orang dengan kebutuhan berprestasi tinggi cenderung berwirausaha karena termotivasi untuk sukses dan mengambil risiko terukur.
3. *Proactive personality*: Kepribadian yang aktif menciptakan peluang dan menghadapi tantangan. Individu proaktif lebih tanggap terhadap perubahan dan memiliki kemampuan untuk berinovasi dalam bisnis.

Santoso dan handoyo (2019) mengatakan ada 4 faktor yang mempengaruhi

intensi berwirausaha, yaitu:

1. Sikap: Persepsi seseorang terhadap berwirausaha, apakah mereka memandangnya positif atau negatif. Sikap yang positif terhadap wirausaha meningkatkan intensi untuk memulai usaha.
2. *Subjective norms*: Keyakinan individu tentang harapan orang lain (seperti keluarga atau teman) terhadap perilaku wirausaha mereka. Jika lingkungan mendukung, individu lebih cenderung untuk berwirausaha.
3. Kontrol perilaku: Sejauh mana seseorang merasa memiliki kemampuan dan sumber daya untuk mengendalikan atau melaksanakan usaha wirausaha. Kontrol diri yang tinggi meningkatkan intensi untuk berwirausaha.
4. Gender: Faktor jenis kelamin juga mempengaruhi intensi berwirausaha. Secara tradisional, laki-laki lebih sering dianggap memiliki intensi berwirausaha lebih tinggi, meskipun kesenjangan ini semakin kecil dengan meningkatnya kesetaraan gender dalam kewirausahaan.

Bagia et al, (2023) menjelaskan bahwa terdapat 3 faktor yang mempengaruhi intensi berwirausaha, yaitu:

1. *Role model*: Keberadaan figur teladan atau model yang berhasil dalam berwirausaha dapat menginspirasi individu untuk mengikuti jejak mereka. Role model yang sukses meningkatkan keyakinan bahwa berwirausaha adalah pilihan yang realistis dan dapat dicapai.
2. *Subjective norms*: Keyakinan tentang harapan orang lain (keluarga, teman, atau masyarakat) terhadap keputusan untuk berwirausaha. Jika norma sosial mendukung wirausaha, individu cenderung memiliki intensi yang lebih besar untuk memulai usaha.

3. *Self-efficacy*: Keyakinan seseorang terhadap kemampuannya untuk mengelola dan mengatasi tantangan dalam berwirausaha. Semakin tinggi tingkat *self-efficacy*, semakin besar intensi untuk terjun ke dunia wirausaha karena merasa mampu mengatasi berbagai hambatan.

1.1.3 Indikator Intensi Berwirausaha

Soelaiman et al, (2022) menjelaskan terdapat 5 indikator dalam intensi berwirausaha, yaitu:

1. Bersedia melakukan apapun untuk berwirausaha, yaitu mengacu pada komitmen kuat seseorang untuk mengambil berbagai langkah atau pengorbanan yang diperlukan guna memulai dan menjalankan usaha.
2. Tujuan profesi utama adalah wirausaha, yaitu menggambarkan orientasi karier seseorang yang fokus pada wirausaha sebagai pilihan utama dibandingkan profesi lain.
3. Berusaha maksimal untuk menjadi wirausaha, yaitu menunjukkan tekad dan upaya penuh dalam mempersiapkan diri, mengembangkan keterampilan, dan mengambil peluang untuk mewujudkan impian sebagai wirausahawan.
4. Berniat untuk memulai usaha, yaitu mengacu pada rencana konkret untuk segera memulai usaha
5. Mempunyai pemikiran serius memulai usaha, yaitu mengindikasikan pemikiran yang mendalam dan terencana untuk memulai usaha, menunjukkan kesungguhan individu terhadap tujuan ini.

1.2 Self-Efficacy

1.2.1 Pengertian Self-Efficacy

Menurut Munawar (2019), efikasi diri merujuk pada penilaian seseorang terhadap kemampuannya untuk melakukan suatu tugas dengan benar atau salah, baik atau buruk, serta kemampuan untuk menyelesaikan tugas sesuai standar yang ditentukan. Efikasi diri mencakup keyakinan individu tentang seberapa mampu mereka menghadapi tantangan dan menyelesaikan tugas tertentu. Hal ini memengaruhi bagaimana seseorang memandang dirinya dalam mencapai tujuan, baik dalam konteks akademik, pekerjaan, maupun kehidupan sehari-hari. Individu dengan efikasi diri yang tinggi cenderung lebih percaya diri dan lebih gigih, sedangkan mereka yang memiliki efikasi diri rendah mungkin merasa ragu terhadap kemampuan mereka dan cenderung menghindari tantangan.

Menurut Meirani & Lestari (2022), efikasi diri adalah keyakinan bahwa seseorang memiliki kemampuan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Hal ini berkaitan dengan keyakinan individu terhadap kapasitas dan keterampilan mereka untuk berhasil dalam usaha yang dilakukan. Keyakinan tersebut mendorong individu untuk berusaha lebih keras dan lebih gigih dalam meraih tujuan, serta memberi mereka rasa percaya diri dalam menghadapi hambatan yang mungkin muncul. Efikasi diri yang tinggi dapat meningkatkan motivasi dan peluang keberhasilan, sementara efikasi diri yang rendah dapat menimbulkan kecemasan dan perasaan ketidakmampuan dalam mencapai tujuan.

Menurut Nurdin et al, (2020), efikasi diri dapat diartikan sebagai kemampuan seseorang untuk mencapai suatu target atau tugas dengan menggunakan sikap dan keterampilan yang dimilikinya. Efikasi diri mengacu

pada keyakinan individu bahwa mereka mampu menyelesaikan tugas atau mencapai tujuan tertentu dengan memanfaatkan keterampilan, pengetahuan, dan sikap yang dimiliki. Individu dengan efikasi diri yang tinggi merasa lebih percaya diri dan yakin dalam mengambil tindakan untuk mencapai target yang telah ditetapkan, sementara mereka yang memiliki efikasi diri rendah cenderung merasa ragu dan kurang termotivasi untuk mengerjakan tugas dengan optimal.

Dari beberapa pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa efikasi diri merujuk pada keyakinan individu terhadap kemampuan diri mereka untuk menyelesaikan tugas atau mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Efikasi diri yang tinggi berhubungan dengan rasa percaya diri yang kuat, motivasi yang tinggi, serta kemampuan untuk menghadapi tantangan dengan lebih gigih.

1.2.2 Dimensi *Self-Efficacy*

1.2.2.1 *Role Model*

1.2.2.1.1 Pengertian *Role Model*

Menurut Ie et al, (2024) *Role Model* merujuk pada individu yang memiliki posisi atau profil yang lebih tinggi dalam dunia kewirausahaan, yang sering dijadikan sebagai contoh atau teladan oleh para wirausahawan. Sosok *Role Model* ini tidak hanya diukur dari pencapaian karier atau kesuksesannya, tetapi juga dari kualitas kepemimpinan, etika kerja, dan cara mereka mengelola tantangan dalam berwirausaha. Sebagai teladan, mereka memberikan inspirasi dan motivasi bagi para wirausahawan untuk mengikuti langkah-langkah yang telah terbukti efektif, serta membantu membentuk pola pikir dan perilaku yang dapat mendukung kesuksesan dalam dunia bisnis.

Soelaiman et al, (2022) mengatakan bahwa *Role model* adalah individu

yang dijadikan contoh kesuksesan oleh orang lain, yang memengaruhi mereka melalui sikap, tindakan, dan pencapaian yang telah diraih. Dalam konteks kewirausahaan, *role model* berperan signifikan dalam menumbuhkan sikap berwirausaha, membentuk *subjective norms*, serta meningkatkan kendali perilaku individu. Mereka memberikan contoh nyata mengenai praktik-praktik kewirausahaan yang baik, yang dapat diadopsi dan diadaptasi oleh individu yang bercita-cita menjadi wirausahawan.

Abbasianchavari dan Moritz (2021) menyatakan bahwa *role model* atau panutan adalah individu yang memiliki kemampuan untuk memengaruhi keputusan serta perilaku orang lain, khususnya dalam konteks kewirausahaan. *Role model* memberikan dampak signifikan melalui berbagai cara, seperti memberikan inspirasi, mentransfer keterampilan yang relevan, dan memperkuat efikasi diri individu. Ketiga aspek ini berkontribusi pada dorongan bagi seseorang untuk mengejar karier tertentu, termasuk memilih jalur kewirausahaan. Dengan demikian, *role model* memainkan peran penting dalam membentuk motivasi, kepercayaan diri, dan kesiapan individu untuk terlibat dalam dunia kewirausahaan.

Novera et al, (2020) menjelaskan bahwa *role model* didefinisikan sebagai individu yang menjadi referensi bagi orang lain, berfungsi sebagai contoh yang patut ditiru, serta merangsang dan menginspirasi individu tersebut dalam membuat keputusan terkait karier dan mencapai tujuan tertentu. Dalam konteks kewirausahaan, *role model* memainkan peran penting dengan memberikan pembelajaran, motivasi, dan inspirasi kepada individu untuk memahami dan membangun konsep diri mereka. Melalui contoh-contoh yang diberikan oleh *role*

model, individu dapat merasa termotivasi untuk memilih jalur kewirausahaan sebagai karier dan memiliki keyakinan lebih besar untuk meraih kesuksesan dalam dunia bisnis.

Bagia et al, (2023) menjelaskan bahwa *role model* adalah individu yang memberikan inspirasi, motivasi, atau contoh dalam suatu bidang tertentu. Dalam konteks kewirausahaan, *role model* sering kali merupakan pengusaha yang dapat memengaruhi seseorang untuk mengembangkan niat berwirausaha melalui dukungan, inspirasi, dan pengaruh sosial yang diberikan. *Role model* tidak hanya memberikan pemahaman tentang perilaku kewirausahaan yang efektif, tetapi juga membantu individu dalam membangun identitas kewirausahaan mereka. Dengan melihat contoh nyata dari *role model*, individu dapat mengembangkan rasa percaya diri dan keyakinan bahwa mereka juga dapat mencapai kesuksesan dalam dunia kewirausahaan.

Berdasarkan beberapa pendapat di atas, *role model* dapat disimpulkan sebagai individu yang dijadikan contoh atau teladan oleh orang lain, terutama dalam konteks kewirausahaan. *Role model* memiliki pengaruh penting terhadap sikap, perilaku, dan keputusan orang yang meniru mereka. Mereka tidak hanya memberikan inspirasi dan motivasi, tetapi juga memberikan contoh konkret mengenai praktik kewirausahaan yang efektif, kualitas kepemimpinan, etika kerja, serta cara menghadapi tantangan. *Role model* juga membantu membentuk pola pikir, meningkatkan kepercayaan diri, dan memotivasi individu untuk mengejar karier di dunia kewirausahaan.

1.2.2.1.2 Indikator *Role Model*

Soelaiman et al, (2022) mengatakan menjelaskan bahwa terdapat 5

indikator dari *Role model*, yaitu:

1. Peranan orang terdekat dalam dunia bisnis: Kehadiran figur panutan yang memiliki pemahaman dalam dunia bisnis.
2. Banyaknya relasi personal yang menjadi wirausaha sukses: Jumlah individu dalam lingkaran sosial yang berhasil sebagai wirausaha.
3. Memberikan pembelajaran: Model panutan berperan dalam mengajarkan keterampilan atau wawasan tertentu.
4. Memberikan motivasi: Model panutan mampu mendorong individu untuk termotivasi dalam berwirausaha.
5. Memberikan inspirasi: Sebagai sumber inspirasi dalam mendefinisikan konsep diri dan pilihan karier.

1.2.2.2 Need For Achievement

1.2.2.2.1 Pengertian Need For Achievement

Wardana dan Ghofur (2024) menjelaskan bahwa *need for achievement* merupakan dorongan internal yang mendorong seseorang untuk meraih keberhasilan dengan cara menghadapi tantangan yang sulit dan kompleks. Individu dengan *need for achievement* memiliki kecenderungan untuk menetapkan sasaran yang realistis namun menantang, serta siap mengambil keputusan yang berisiko demi mencapai tujuan tersebut. Selain itu, mereka juga memperhatikan dan mempertimbangkan standar keahlian dan kemahiran yang harus dicapai untuk memastikan kesuksesan. Dengan kata lain, *need for achievement* bukan hanya berkaitan dengan pencapaian tujuan, tetapi juga mencakup upaya untuk mengukur diri terhadap standar tinggi yang ditetapkan, sehingga mendorong individu untuk terus berkembang dan berinovasi.

Nawu et al, (2023) menyatakan bahwa *Need for Achievement* (Kebutuhan untuk Berprestasi) merupakan dorongan kuat dalam diri individu untuk menyelesaikan berbagai tugas sesuai dengan standar keberhasilan yang telah ditentukan. Individu yang memiliki tingkat *Need for Achievement* tinggi cenderung termotivasi untuk mencapai kesuksesan dengan menetapkan tujuan-tujuan yang jelas dan menantang. Selain itu, mereka juga menunjukkan tanggung jawab yang besar dalam menyelesaikan tugas-tugas yang diemban, sehingga mencerminkan keinginan mereka untuk berprestasi dan mendapatkan kepuasan dari pencapaian hasil kerja yang optimal. Kebutuhan ini menjadi salah satu faktor pendorong penting dalam meningkatkan kinerja dan keberhasilan individu, terutama dalam konteks profesional maupun personal.

Yolanda (2022) menyatakan bahwa *need for achievement* merujuk pada dorongan internal yang mendorong seseorang untuk meraih kesuksesan atau hasil yang unggul melalui usaha dan pencapaian yang berasal dari kemampuan serta kerja keras pribadi. Dorongan ini mencerminkan motivasi individu untuk terus berkembang, menghadapi tantangan, dan mencapai target yang lebih tinggi, dengan fokus pada hasil yang dapat menunjukkan prestasi mereka secara nyata. *Need for achievement* menjadi salah satu faktor penting yang memengaruhi individu untuk berusaha keras, bertanggung jawab atas tugasnya, baik secara personal maupun profesional.

Dewi dan Sabandi (2024) menjelaskan bahwa *Need for Achievement* (kebutuhan untuk berprestasi) adalah dorongan internal yang dimiliki individu untuk mencapai tujuan yang menantang, mengambil tanggung jawab pribadi, serta terus belajar dan berkembang berdasarkan keputusan yang diambil. Individu

dengan tingkat kebutuhan untuk berprestasi yang tinggi cenderung lebih termotivasi untuk menghadapi tantangan yang sulit dan tidak takut untuk mengambil risiko. Mereka memiliki ambisi yang kuat untuk meraih kesuksesan dan selalu berusaha untuk mencapai hasil yang optimal, baik dalam kehidupan pribadi maupun profesional. Kebutuhan untuk berprestasi ini mendorong mereka untuk berfokus pada pencapaian, keberhasilan, dan peningkatan diri secara berkelanjutan.

Handaru et al, (2015) menjelaskan bahwa *need for achievement* merujuk pada motivasi internal individu untuk mencapai keberhasilan, mengatasi tantangan, dan menghasilkan prestasi yang luar biasa dalam bidang yang mereka minati. Dalam konteks kewirausahaan, individu yang memiliki tingkat *need for achievement* yang tinggi cenderung lebih termotivasi untuk mengambil risiko, menghadapi hambatan, dan berusaha mencapai tujuan bisnis yang telah mereka tentukan. Mereka tidak hanya berfokus pada pencapaian kesuksesan, tetapi juga memiliki dorongan kuat untuk terus berinovasi dan memperbaiki diri, dengan cara menghadapi berbagai tantangan yang ada dalam perjalanan kewirausahaannya.

Berdasarkan beberapa pendapat di atas maka dapat disimpulkan bahwa *need for achievement* adalah dorongan internal yang kuat dalam diri individu untuk meraih keberhasilan dengan cara menghadapi tantangan, menetapkan tujuan yang menantang, dan berusaha keras untuk mencapainya. Individu dengan tingkat *need for achievement* yang tinggi memiliki motivasi untuk mengukur pencapaian mereka terhadap standar yang tinggi, mengatasi hambatan, dan mengambil risiko demi mencapai kesuksesan. Dorongan ini mendorong individu untuk terus berkembang, berinovasi, dan memperbaiki diri, baik dalam konteks pribadi

maupun profesional, dengan fokus pada pencapaian hasil yang optimal dan berkelanjutan.

1.2.2.2.2 Indikator *Need For Achievement*

Nawu et al, (2023) menjelaskan ada 4 indikator dari *Need for achievement*, yaitu:

1. Orientasi pada Tugas: Individu memiliki dorongan kuat untuk melaksanakan tugas sesuai kriteria keberhasilan yang telah ditentukan.
2. Keinginan untuk Bertanggung Jawab: Individu dengan kebutuhan berprestasi tinggi cenderung ingin mengambil tanggung jawab penuh atas tugas yang dijalankan.
3. Penetapan Tujuan Pencapaian: Adanya keinginan untuk menetapkan tujuan pencapaian tertentu sebagai target pribadi.
4. Keinginan untuk Mendapatkan Umpan Balik: Motivasi untuk mengetahui hasil spesifik dan evaluasi kinerja sebagai acuan peningkatan kemampuan.

1.2.2.3 *Subjective Norms*

1.2.2.3.1 Pengertian *Subjective Norms*

Chin et al., (2024) menjelaskan bahwa *subjective norms* mengacu pada keyakinan normatif yang dirasakan oleh individu mengenai pengaruh atau harapan dari orang-orang yang dianggap penting dalam kehidupan mereka. Hal ini mencakup keluarga, kerabat, teman, serta individu atau kelompok lain yang memiliki peran penting dalam proses pengambilan keputusan. *Subjective norms* mencerminkan sejauh mana seseorang merasa bahwa orang-orang terdekat atau orang yang dihormati di sekitar mereka mendukung atau mengharapkan mereka

untuk mengambil tindakan tertentu, yang pada akhirnya dapat memengaruhi sikap dan perilaku individu dalam berbagai konteks, termasuk dalam konteks kewirausahaan.

Menurut Fauzan et al., (2024) *subjective norms* merujuk pada persepsi individu terhadap keyakinan atau pandangan orang lain yang dianggap penting dalam memengaruhi keputusan atau niat seseorang untuk bertindak, seperti berwirausaha. Semakin kuat keyakinan individu bahwa tindakan mereka akan mendapat dukungan atau diterima oleh orang-orang di sekitar mereka (misalnya keluarga, teman, atau masyarakat), semakin besar kemungkinan individu tersebut memiliki niat untuk memulai usaha. *subjective norms* dalam konteks ini bertindak sebagai dorongan sosial, di mana dukungan dari lingkungan sosial dapat meningkatkan kepercayaan diri individu untuk berwirausaha. Secara keseluruhan, *subjective norms* merupakan salah satu faktor dominan yang dapat membentuk intensi berwirausaha.

Hartono dan Puspitowati (2019) mengatakan bahwa *subjective norms* sebagai persepsi individu tentang keyakinan atau arahan orang lain di sekitarnya, seperti teman, keluarga, atau panutan, yang dapat memengaruhi keputusan individu untuk melakukan tindakan tertentu, termasuk berwirausaha. *Subjective norms* juga dapat dikatakan keyakinan individu untuk mengikuti anjuran atau arahan dari lingkungan sosialnya.

Dewi dan Sabandi (2024) menjelaskan bahwa *subjective norms* adalah persepsi individu terhadap tekanan sosial atau harapan yang datang dari orang-orang di sekitarnya, seperti keluarga, teman, atau rekan kerja, untuk melakukan atau tidak melakukan suatu tindakan tertentu. Dalam konteks kewirausahaan,

subjective norms merujuk pada sejauh mana individu merasa bahwa orang-orang yang dianggap penting dalam hidupnya mendukung atau mengharapkan dia untuk terjun menjadi seorang wirausaha. Norma ini dapat mempengaruhi keputusan individu untuk mengambil langkah menuju kewirausahaan, karena mereka merasa adanya dorongan atau harapan dari lingkungan sosial untuk mewujudkan tujuan tersebut.

Wijaya dan Kuncoro (2015) menjelaskan bahwa *subjective norms* merujuk pada keyakinan individu tentang norma atau harapan yang datang dari orang-orang di sekitarnya, seperti keluarga, teman, atau rekan kerja, serta motivasi untuk mengikuti norma-norma tersebut. Dalam konteks *intensi berwirausaha*, *subjective norms* melibatkan pandangan dan harapan pihak-pihak yang dianggap penting oleh individu mengenai apakah individu tersebut seharusnya terlibat dalam aktivitas kewirausahaan atau tidak. Hal ini mencakup keyakinan individu tentang sejauh mana dukungan atau harapan dari keluarga, teman, dan individu penting lainnya berperan dalam mendorongnya untuk mengambil langkah dalam dunia kewirausahaan. Dukungan sosial ini dapat memperkuat keyakinan individu dan meningkatkan niatnya untuk menjadi seorang wirausahawan.

Berdasarkan beberapa pendapat di atas, *subjective norms* dapat disimpulkan sebagai persepsi individu terhadap keyakinan, harapan, atau tekanan sosial dari orang-orang penting di sekitar mereka, seperti keluarga, teman, atau rekan kerja, yang memengaruhi keputusan atau niat untuk melakukan tindakan tertentu. Dalam konteks kewirausahaan, *subjective norms* mencerminkan sejauh mana individu merasa didorong atau didukung oleh lingkungan sosial mereka untuk terjun menjadi wirausahawan. Norma ini berperan penting dalam

membentuk intensi berwirausaha, karena dukungan atau harapan dari orang terdekat dapat meningkatkan keyakinan dan motivasi individu untuk memulai usaha.

1.2.2.3.2 Indikator *subjective norms*

Chin et al (2024) menjelaskan ada 4 indikator dari *subjective norms*, yaitu

1. Keyakinan normatif: Persepsi individu tentang apakah kelompok referensi mereka (keluarga, teman, atau individu penting lainnya) menyetujui perilaku tertentu.
2. Kepatuhan keyakinan normatif: Kemauan atau motivasi individu untuk menyesuaikan diri dan berperilaku sesuai dengan harapan kelompok referensi.
3. Penilaian sosial: Cara individu memandang nilai sosial suatu aktivitas tertentu berdasarkan norma dan nilai masyarakat.
4. Dukungan normatif: Persepsi dukungan sosial atau tekanan dari orang-orang terdekat, seperti keluarga dan teman, terhadap perilaku atau keputusan tertentu.

1.3 Penelitian Sebelumnya

Adapun penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa *role model* memiliki pengaruh terhadap intensi berwirausaha adalah penelitian yang dilakukan oleh Bagia et al, (2023) dengan judul, *Self-Efficacy and Subjective Norm as Mediators in the Role Model and Entrepreneurial Intention Link (A Case of Balinese Students)*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data primer yang dikumpulkan melalui metode survei. Sampel dalam penelitian ini terdiri dari 150 mahasiswa universitas di Bali, yang dipilih berdasarkan metode

non-probability sampling untuk merepresentasikan populasi sebesar 161.407 mahasiswa di wilayah tersebut. Teknik pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner yang disebarluaskan secara online melalui platform seperti *Instagram*, *Facebook*, *WhatsApp*, dan *Twitter*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *role model*, *subjective norms* berpengaruh secara signifikan terhadap intensi berwirausaha.

Penelitian yang dilakukan oleh Mei Ie et al. (2024) dengan judul, Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan dan *Entrepreneurial Role Model* terhadap Intensi Kewirausahaan pada Siswa Sekolah Luar Biasa. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel penelitian ini terdiri dari siswa Sekolah Luar Biasa di Tanjungpandan, yang dipilih menggunakan metode *purposive sampling* berdasarkan kriteria tertentu. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan SmartPLS 3.3.3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik kewirausahaan dan *role model* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap intensi kewirausahaan. Nilai koefisien determinasi menunjukkan bahwa 60,8% variasi dalam intensi kewirausahaan dapat dijelaskan oleh karakteristik kewirausahaan dan *role model*, sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Penelitian yang dilakukan oleh Soelaiman et al. (2022) dengan judul (Peran Model Panutan terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa melalui Penerapan Teori Perilaku Terencana). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain deskriptif. Data primer dikumpulkan melalui survei menggunakan kuesioner. Sampel penelitian terdiri dari 330 mahasiswa S1 aktif dari Universitas Tarumanagara, yang dipilih dengan metode *non-probability*

sampling menggunakan teknik *convenience sampling*. Sampel ini terbagi rata antara mahasiswa dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis serta Fakultas Seni Rupa dan Desain. Metode analisis data yang digunakan adalah *Partial Least Square - Structural Equation Modelling (PLS-SEM)*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa model panutan tidak memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap intensi berwirausaha. Namun, model panutan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap sikap berwirausaha, norma subjektif, dan kendali perilaku. Variabel sikap, norma subjektif, dan kendali perilaku secara penuh memediasi pengaruh model panutan terhadap intensi berwirausaha.

Penelitian sebelumnya yang menyatakan *need for achievement* memiliki pengaruh terhadap intensi berwirausaha adalah penelitian yang dilakukan oleh Wardhana dan Ghofur (2024) dengan judul, Pengaruh *locus of control*, *need for achievement*, dan *proactive personality* terhadap intensi berwirausaha siswa SMA di Kabupaten Gresik. Metode penelitian yang digunakan adalah korelasional dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian yang terletak di Kabupaten Gresik ini memiliki sampel sejumlah 342 siswa dengan metode pengambilan sampel *non-probability sampling* atau lebih tepatnya *snowball sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tiga variabel independen, yaitu *Locus of control*, *Need for Achievement*, dan *Proactive Personality*, memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap intensi berwirausaha siswa, baik secara parsial maupun simultan.

Penelitian yang dilakukan oleh Pranata et al. (2021) dengan judul, Pengaruh *Need for Achievement* dan *Locus of control* terhadap Sikap serta Dampaknya terhadap Intensi Berwirausaha Siswa SMK Negeri 1 Batanghari dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini melibatkan populasi

sebanyak 313 siswa kelas XI di SMK N 1 Batang Hari, dengan sampel sebanyak 175 siswa yang dipilih menggunakan metode *purposive sampling*. Data dikumpulkan melalui kuesioner daring yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Need for Achievement* dan *Locus of control* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap sikap kewirausahaan dan intensi berwirausaha siswa. Selain itu, sikap kewirausahaan juga memediasi hubungan antara variabel *Need for Achievement* dan *Locus of control* terhadap intensi berwirausaha, dengan pengaruh tidak langsung yang lebih besar dibandingkan pengaruh langsung.

Penelitian yang dilakukan oleh Rusdiyana & Muttaqiyathun (2022) dengan judul, Pengaruh *Adversity Quotient*, Efikasi Diri dan *Need for Achievement* terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan Angkatan 2016 dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian adalah mahasiswa Program Studi Manajemen angkatan 2016 sebanyak 270 mahasiswa, dengan sampel sebesar 152 mahasiswa yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* berdasarkan kriteria telah menempuh studi kewirausahaan. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Adversity Quotient*, Efikasi Diri, dan *Need for Achievement* secara signifikan berpengaruh positif terhadap intensi berwirausaha mahasiswa. Selain itu, secara simultan, ketiga variabel tersebut juga memiliki pengaruh signifikan terhadap intensi berwirausaha dengan kontribusi sebesar 59,7%, sementara sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Penelitian sebelumnya yang menyatakan *subjective norms* memiliki pengaruh terhadap intensi berwirausaha adalah penelitian yang dilakukan oleh Santoso dan Handoyo (2019) dengan judul, Pengaruh sikap, norma subyektif, kontrol perilaku yang dirasakan, dan orientasi peran *gender* terhadap intensi berwirausaha di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara variabel-variabel tertentu. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada responden yang merupakan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara yang pernah atau sedang mengambil mata kuliah kewirausahaan. Penelitian ini menerapkan metode *non-probability sampling*, lebih spesifiknya *snowball sampling*, di mana responden awal merekomendasikan individu lain untuk berpartisipasi hingga jumlah target sampel tercapai. Sampel terdiri dari 100 mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel sikap, norma subyektif, kontrol perilaku yang, dan orientasi peran memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap intensi berwirausaha mahasiswa, baik secara parsial maupun simultan.

Penelitian oleh Nurdwiratno et al. (2023) berjudul, Pengaruh *Locus of control* dan Norma Subjektif terhadap Intensi Berwirausaha melalui Sikap Berwirausaha pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei, di mana data dikumpulkan melalui kuesioner tertutup berskala Likert. Sampel penelitian berjumlah 281 mahasiswa yang telah mengambil mata kuliah kewirausahaan, dipilih dengan metode *proportional random sampling* dari populasi 1.040

mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Analisis data dilakukan menggunakan *SEM-PLS (Structural Equation Model - Partial Least Square)*. Hasilnya dari penelitian ini menunjukkan bahwa *locus of control* dan norma subjektif masing-masing memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap intensi berwirausaha, baik secara langsung maupun melalui mediasi sikap berwirausaha terhadap intensi berwirausaha. Sikap berwirausaha juga secara langsung berpengaruh signifikan terhadap intensi berwirausaha, menjadikan variabel ini mediasi penting antara *locus of control* dan norma subjektif terhadap intensi berwirausaha.

Penelitian yang dilakukan oleh Ferdy Purbawijaya dan Nur Hidayah (2021) berjudul, Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, dan Pendidikan Kewirausahaan terhadap Intensi Berwirausaha pada Mahasiswa. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan desain deskriptif. Data dikumpulkan melalui kuesioner daring yang disebarkan kepada 61 mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara, dipilih menggunakan metode *purposive sampling*. Analisis data dilakukan dengan *Structural Equation Modeling - Partial Least Square (SEM-PLS)*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap dan pendidikan kewirausahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap intensi berwirausaha, sedangkan norma subjektif memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap intensi berwirausaha.

Tabel 2.1
Penelitian Sebelumnya

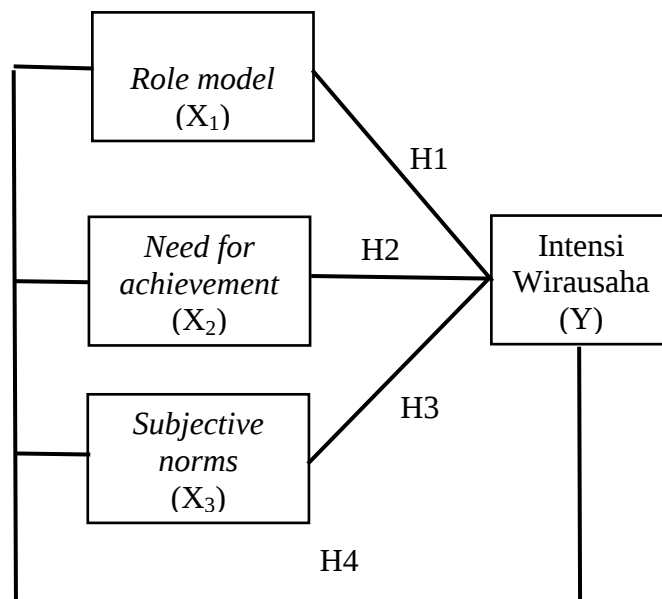
No	Judul, Nama Peneliti, dan Tahun	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	<i>Self-Efficacy and Subjective Norm as Mediators in the Role Model and Entrepreneurial Intention Link (A Case of Balinese Students)</i> Bagia et al, (2023)	Kuantitatif dengan data primer	<i>Role model, subjective norms</i> berpengaruh secara signifikan terhadap intensi berwirausaha.	Metode penelitian	Jumlah sampel
2.	Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan dan Entrepreneurial <i>Role Model</i> terhadap Intensi Kewirausahaan pada Siswa Sekolah Luar Biasa Mei Ie et al. (2024)	Pendekatan kuantitatif	Karakteristik kewirausahaan dan <i>role model</i> memiliki pengaruh signifikan terhadap intensi kewirausahaan	Metode penelitian	Terdapat variabel yang berbeda yaitu karakteristik kewirausahaan
3.	Peran Model Panutan terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa melalui Penerapan Teori Perilaku Terencana Soelaiman et al. (2022)	Pendekatan kuantitatif dengan desain deskriptif	<i>Role model</i> tidak memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap intensi berwirausaha	Metode penelitian	Jumlah sampel

Lanjutan Tabel 2.2

No	Judul, Nama Peneliti, dan Tahun	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Pengaruh <i>locus of control, need for achievement</i> , dan <i>proactive personality</i> terhadap intensi berwirausaha siswa sma di kabupaten gresik Wardhana dan Ghofur (2024)	Metode penelitian yang digunakan adalah korelasional dengan pendekatan kuantitatif	<i>Locus of control, Need for Achievement</i> , dan <i>Proactive Personality</i> , berpengaruh terhadap intensi berwirausaha, baik secara parsial maupun simultan.	Metode penelitian	Jumlah sampel dan terdapat variabel yang berbeda yaitu <i>locus of control</i> dan <i>proactive personality</i>
2.	Pengaruh <i>Need for Achievement</i> dan <i>Locus of control</i> terhadap Sikap serta Dampaknya terhadap Intensi Berwirausaha Siswa SMK Negeri 1 Batanghari Pranata et al, 2021	Kuantitatif	<i>Need for Achievement</i> dan <i>Locus of control</i> memiliki pengaruh signifikan terhadap sikap kewirausahaan dan intensi berwirausaha siswa	Metode penelitian	Jumlah sampel
3.	Pengaruh <i>Adversity Quotient</i> , Efikasi Diri dan <i>Need for Achievement</i> terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan Angkatan 2016	Pendekatan kuantitatif	<i>Adversity Quotient</i> , Efikasi Diri, dan <i>Need for Achievement</i> secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan positif terhadap intensi berwirausaha mahasiswa	Metode penelitian	Jumlah sampel

	Rusdiyana & Muttaqiyathun (2021)				
4.	pengaruh sikap, norma subyektif, kontrol perilaku yang dirasakan, dan orientasi peran <i>gender</i> terhadap intensi berwirausaha di kalangan mahasiswa fakultas ekonomi universitas tarumanagara Santoso dan Handoyo (2019)	Pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif	sikap, norma subyektif, kontrol perilaku yang, dan orientasi peran memiliki pengaruh signifikan terhadap intensi berwirausaha mahasiswa, baik secara parsial maupun simultan.	Metode penelitian	Jumlah sampel
5.	Pengaruh <i>Locus of control</i> dan <i>Norma Subjektif</i> terhadap Intensi Berwirausaha melalui Sikap Berwirausaha pada Mahasiswa FE UNJ Nurdwiratno et al. (2023)	Pendekatan kuantitatif dengan metode survei	<i>locus of control</i> dan <i>norma subjektif</i> masing-masing memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap intensi berwirausaha	Metode penelitian	Jumlah sampel
6.	Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, dan Pendidikan Kewirausahaan terhadap Intensi Berwirausaha pada Mahasiswa Purbawijaya dan Hidayah (2021)	Kuantitatif dengan desain deskriptif	sikap dan pendidikan kewirausahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap intensi berwirausaha, sedangkan norma subjektif memiliki pengaruh tetapi tidak signifikan terhadap intensi berwirausaha	Metode penelitian	Jumlah sampel

1.4 Kerangka Pemikiran



Gambar 2.1
Kerangka pemikiran

1.5 Hipotesis

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan di latar belakang masalah, maka peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1 : *Role model* berpengaruh secara parsial terhadap intensi wirausaha

H2 : *Subjective norms* berpengaruh secara parsial terhadap intensi wirausaha

H3 : *Need for achievement* berpengaruh secara parsial terhadap intensi wirausaha

H4 : *Role model*, *subjective norms*, dan *need for achievement* berpengaruh secara simultan terhadap intensi wirausaha

BAB III

METODE PENELITIAN

1.1 Desain Penelitian

Desain penelitian ini berawal dari masalah yang bersifat kuantitatif dan membatasi permasalahan yang ada rumusan masalah. Rumusan masalah dinyatakan dalam kalimat pertanyaan, selanjutnya peneliti menggunakan teori untuk menjawabnya. Adebiyi, et. al., (2016, 113-118) menyatakan bahwa desain penelitian merupakan suatu proses menemukan jawaban pasti atas pertanyaan dalam sebuah penelitian. Upaya yang dapat dilakukan untuk menyelesaikan permasalahan tersebut dapat menggunakan dua jenis desain utama dalam penelitian meliputi desain kualitatif dan desain kuantitati. Sedangkan Nazir (2014), menjelaskan desain penelitian adalah semua proses yang diperlukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian.

Berdasarkan uraian pendapat para ahli desain penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh variabel X_1 (*role model*), X_2 (*need for achievement*), X_3 (*subjective normal*) yang merupakan determinan *self efficacy* wirausaha terhadap intensi wirausaha.

1.1.1 Lokasi dan Objek Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Kota Banda Aceh yang berlokasi di Banda Aceh. Objek penelitian adalah pengusaha kuliner di Kota Banda Aceh.

1.1.2 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisa pengaruh

role model, need for achievement, subjective normal baik secara parsial maupun simultan terhadap intensi wirausaha di kota Banda Aceh.

1.1.3 Jenis Penelitian

Berdasarkan tujuan yang akan diteliti, maka penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah pengujian untuk menghasilkan nilai berhubungan atau tidak saling berhubungan (Adebiyi, et al., 2016, 113-118), jadi disini ada variabel indenpenden (yang mempengaruhi) yang mempengaruhi variabel dependen (dipengaruhi). Tujuan penelitian kuantitatif ini adalah membuktikan hubungan sebab akibat guna menentukan apakah ada hubungan atau tidak saling berhubungan dan tingkat hubungan antara dua variabel atau lebih, atau tidak saling berhubungan antara dua variabel atau lebih. Adapun variabel dalam penelitian ini adalah :

1. Variabel bebas berupa determinan *self efficacy* intensi berwirausaha, yang meninjau *role model, need for achievement, subjective normal*.
2. Variabel terikat berupa intensi wirausaha

1.1.4 Horizon Waktu Penelitian

Waktu yang digunakan dalam pengumpulan data dalam penelitian ini adalah *one shot study* (studi satu tahap). Studi ini merupakan penelitian yang datanya dikumpulkan sekaligus. Data yang dikumpulkan dapat berupa data dari satu atau beberapa subyek penelitian yang mencangkup satu atau beberapa periode waktu (hari, minggu, bulan, atau tahun). Tipe ini lebih menekankan pada frekuensi tahap pengumpulan data, yaitu satu tahap dan sekaligus (Indriantoro, et. al., (2018)). Horizon waktu penelitian dapat dilihat pada tabel 3.1.

Tabel 3.1
Horizon waktu penelitian

No	Uraian	2024			
		Oktober	November	Desember	Januari
1	Pengajuan judul skripsi				
2	Konsultasi				
3	Seminar proposal				
4	Pengambilan data				
5	Pengolahan data				
6	Konsultasi skripsi				
7	Sidang skripsi				

Sumber: peneliti, 2024

1.1.5 Unit Analisis

Data yang dikumpulkan secara individual digunakan untuk menghitung unit analisis pada tingkat agregasi yang lebih besar. Karakteristik tingkat analisis yaitu bahwa tingkat yang lebih rendah termasuk dalam tingkat yang lebih tinggi. Sifat informasi yang dikumpulkan serta tingkat dimana data dijumlahkan untuk analisis, adalah integral dengan keputusan yang dibuat dalam memilih unit analisis. Berdasarkan unit observasi yang dijadikan unit analisis dari penelitian ini adalah bisnis kuliner yang berada di Kota Banda Aceh. Dengan cara membagikan kuesioner, yang diberikan kepada responden dengan tujuan agar responden dapat memberikan jawaban sesuai dengan tema sentral penilaian ini. Selanjutnya kuesioner diberikan bobot sesuai dengan tingkat kepentingan model skala Likert (Indriantoro & Supomo, 1999: 115), dapat dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 3.2
Skala Likert

No.	Uraian	Skor
1.	Sangat tidak setuju (STS)	1
2.	Tidak setuju (TS)	2
3.	Kurang setuju (KS)	3
4.	Setuju (S)	4
5.	Sangat setuju (SS)	5

Sumber : Indriantoro dan Supomo (1999: 115)

1.2 Populasi Sampel

1.2.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas, obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2017: 81). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat di kota Banda Aceh yang terdata di BPS kependudukan dan migrasi yaitu sejumlah 265.019 jiwa

1.2.2 Sampel

Menurut Priadana & Sunarsi (2021:34) sampel secara sederhana diartikan sebagai bagian dari populasi. Dengan kata lain, sampel adalah sebagian dari populasi yang digunakan untuk mewakili keseluruhan populasi. Agar setiap unsur populasi mendapatkan porsi yang sama rata maka dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik *sampling probabilitas*. *Sampling probabilitas* adalah teknik sampling yang memberikan setiap unsur atau anggota populasi peluang yang sama untuk terpilih menjadi bagian dari sampel. Teknik ini memastikan bahwa setiap individu dalam populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dimasukkan ke dalam sampel, sehingga hasil penelitian dapat lebih representatif dan mengurangi bias (Machali,2021:68). Jenis teknik yang peneliti gunakan adalah *Proportionate Stratified Random Sampling*. *Proportionate Stratified Random Sampling* digunakan ketika populasi mempunyai unsur yang tidak homogen (Machali,2021:70).

Jumlah sampel yang di ambil pada penelitian ini menggunakan rumus slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Nd^2}$$

Keterangan :

n : Jumlah Sampel

N : Jumlah Populasi

d : Presisi/ tingkat penyimpangan yang diinginkan (1%, 5% atau, 10%)

Dengan menggunakan rumus diatas dan tingkat penyimpangan pada penelitian ini sebesar 10% maka jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini berjumlah sebagai berikut:

$$n = \frac{265.019}{1 + 265.019(0,1)^2} = \frac{265.019}{1 + 2.650,19} = \frac{265.019}{2.651,19} = 99,96 \text{ responden}$$

Dari hasil di atas maka dibulatkan jumlah responden menjadi 100 responden. Pengambilan sampel yang diambil pada setiap kecamatan menggunakan rumus alokasi proporsional sebagai berikut:

$$n_i = \frac{N_i \times n}{N}$$

Keterangan:

n_i = Sampel untuk setiap kecamatan

n = jumlah anggota sampel seluruhnya

N_i = Populasi untuk setiap kecamatan

N = jumlah anggota populasi seluruhnya

Adapun sampel setiap kecamatan dikota Banda Aceh dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 3.3
Populasi dan sampel pada setiap kecamatan

No	Kecamatan	Jumlah Populasi	Jumlah Sampel	Persentase
1.	Meuraxa	26.217 jiwa	10 responden	10 %
2.	Jaya Baru	27.556 jiwa	10 responden	10 %
3.	Banda Raya	26.962 jiwa	10 responden	10 %
4.	Baiturrahman	34.508 jiwa	13 responden	13 %
5.	Lueng Bata	26.102 jiwa	10 responden	10 %
6.	Kuta Alam	45.358 jiwa	17 responden	17 %
7.	Kuta Raja	15.117 jiwa	6 responden	6 %
8.	Syiah Kuala	34.948 jiwa	13 responden	13 %
9.	Ulee Kareng	28.251 jiwa	11 responden	11 %
Total		265.019 jiwa	100 Responden	100 %

Sumber : BPS Kota Banda Aceh (2024)

1.3 Sumber dan Teknik Pengambilan Data

Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli, data primer dalam penelitian ini diperoleh dari hasil kuesioner yang disebarkan pada responden. Menurut Indriantoro, et. al., (2009), Pengumpulan data kuesioner secara personal yaitu penggunaan teknik pengisian jawaban yang disampaikan dan dikumpulkan langsung dari responden.

1.4 Definisi dan Operasionalisasi Variabel

1.4.1 Definisi Variabel

1.4.1.1 Variabel Independen

Variabel Independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan pada variabel dependen (Sugiyono, 2017). Variabel independen dalam penelitian ini yaitu: *role model*, *need for achievement*, dan *subjective norms*.

1.4.1.2 Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel independen (Sugiyono, 2017). Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu: intensi wirausaha.

1.4.2 Operasionalisasi Variabel

Penelitian ini melibatkan empat variabel yaitu *role mode* (X_1), *need for achievement* (X_2), *subjective norms* (X_3), dan intensi wirausaha (Y) yang dijabarkan sebagai berikut:

Tabel 3.4
Operasionalisasi dan Indikator Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator	Ukuran	Skala	Item
Dependen						
1.	Intensi wirausaha	Intensi berwirausaha merupakan langkah awal yang sangat penting bagi individu dalam memulai proses kewirausahaan. (Wardana dan Ghofur, 2024)	1. Bersedia melakukan apapun untuk berwirausaha 2. Tujuan profesi utama adalah wirausaha 3. Berusaha maksimal untuk menjadi wirausaha 4. Berniat untuk memulai usaha 5. Mempunyai pemikiran serius memulai usaha (Soelaiman et al., 2022)	1-5	Likert	A1-A5
Independen						
2.	<i>Role Model</i>	Menurut Ie (2024) <i>Role Model</i> merujuk pada individu yang memiliki posisi atau profil yang lebih tinggi dalam dunia kewirausahaan, yang sering dijadikan sebagai contoh atau teladan oleh para wirausahawan.	1. Peranan orang terdekat dalam dunia bisnis 2. Banyaknya relasi personal yang menjadi wirausaha sukses 3. Penetapan Tujuan Pencapaian 4. Memberikan motivasi 5. Memberikan inspirasi (Soelaiman et al., 2022)	1-5	Likert	B1-B5

Lanjutan Tabel 3.4

3.	<i>Need for achievement</i>	<i>Need for achievement</i> merupakan dorongan internal yang mendorong seseorang untuk meraih keberhasilan dengan cara menghadapi tantangan yang sulit dan kompleks Wardana dan Ghofur (2024)	1. Orientasi pada Tugas 2. Keinginan untuk Bertanggung Jawab 3. Memberikan pembelajaran 4. Keinginan untuk Mendapatkan Umpan Balik Nawu et al, (2023)	1-5	Likert	C1-C5
4.	Norma subjektif	Norma subjektif mengacu pada keyakinan normatif yang dirasakan oleh individu mengenai pengaruh atau harapan dari orang-orang yang dianggap penting dalam kehidupan mereka. Chin et al, (2024)	1. Keyakinan normatif 2. Kepatuhan keyakinan normatif 3. Penilaian sosial 4. Dukungan normatif Chin et al, (2024)	1-5	Likert	D1-D4

1.5 Teknik Analisis Data

Peralatan analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Regresi yaitu suatu bentuk peralatan analisis yang dirumuskan dalam bentuk persamaan matematis yang berguna untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas (independent variabel) dan variabel terikat (dependent variabel). Rancangan analisis regresi menurut Sudarmanto (2011) dapat dijelaskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Intensi berwirausaha

X_1 = *role model*

X_2 = *need for achievement*

X_3 = *subjectif norms*

b_1 - b_2 = Parameter Regresi

a = Intercep
e = Error Term

1.6 Pengujian Data

1.6.1 Pengujian Instrumen

1.6.1.1 Pengujian Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kebenaran suatu instrumen. Suatu instrumen dikatakan benar apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara nyata. Pengujian validitas data dalam penelitian ini dilakukan secara statistik yaitu dengan menggunakan uji Pearson *Product-Moment Coefisient of Corelation* dengan bantuan program SPSS, dengan tingkat signifikasi 95%. Sedangkan jika dilakukan secara manual maka nilai korelasi yang diperbolehkan harus dibandingkan dengan nilai kritis korelasi *product moment* dimana hasilnya menunjukkan bahwa item pertanyaan mempunyai korelasi di atas 5% atau dalam bahasa statistik terdapat konsistensi internal (*internal consistency*) yang berarti item-item pertanyaan tersebut dapat mengukur aspek yang sama. Ini berarti bahwa setiap data yang ditunjukan adalah valid. Sugiyono (2016), menyatakan jika setiap item pernyataan dalam kuesioner dapat digunakan untuk menyatakan suatu konsep yang akan diukur oleh kuesioner, maka instrumen penelitian dinyatakan lulus uji validitas.

1.6.1.2 Pengujian Reliabilitas

Kuesioner yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian dapat diuji reliabilitasnya dengan melakukan uji reliabilitas terhadap alat tersebut. Nilai korelasi item-total diperiksa selama uji reliabilitas untuk penyelidikan. Dengan

membandingkan setiap item dengan pengukuran keseluruhan, dikurangi item yang bermasalah, korelasi item-total mengevaluasi konsistensi internal alat ukur. Suatu item secara teoritis dapat digunakan dalam alat ukur jika korelasi item-totalnya lebih besar dari 0,20 (Murti, 2011). Metode reliabilitas yang digunakan adalah *Cronbach Alpha* dengan bantuan program SPSS. Alat ukur yang bagus harus:

1. Dapat diandalkan
2. Hasil pengukurannya bisa diramalkan
3. Dapat menunjukkan tingkat ketepatan

Cronbach Alpha menafsirkan korelasi antara skala yang dibuat dengan semua skala variabel yang ada. Ukuran reliabilitas dianggap handal berdasarkan *Cronbach Alpha* adalah sebesar 0,60.

1.6.2 Pengujian Asumsi Klasik

1.6.2.1 Uji Normalitas

Dasar pengambilan keputusan yaitu sebagai berikut: Nilai $\text{Probalitas} > 0.05$, maka artinya menunjukkan bahwa data tersebut berdistribusi normal. Nilai $\text{Probalitas} < 0.05$, maka artinya menunjukkan bahwa data tersebut tidak berdistribusi normal.

1.6.2.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen) (Ghozali, 2016:71). Dalam model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Uji multikolinieritas dilakukan dengan melihat nilai *tolerance* dan *variance inflation factor (VIF)* dari hasil analisis dengan menggunakan SPSS.

- a. Apabila nilai *tolerance value* lebih $> 0,10$ atau sama dengan nilai VIF, maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas.
- b. Jika nilai *tolerance* $< 0,10$ atau sama dengan nilai VIF > 10 , maka dapat disimpulkan bahwa ada multikonearitas antar variabel bebas dalam model regresi.

1.6.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dan residual satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya (Ghozali, 2016:137). Jika varians dan residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Adapun cara yang digunakan dalam penelitian ini untuk mendeteksinya adalah dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *Scatter plot* antara *Studentized Residual* (SRESID) dan *Standardized Predicted Value* (ZPRED), dimana sumbu Y adalah yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah di-studentized.

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik yang ada membentuk pola tertentu teratur (bergelombang, melembur kemudian menyempit), maka mengindikasikan adanya heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta tidak menyebar di atas dan dibawah angka nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

1.7 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan secara simultan dengan menggunakan uji F (F-tes) dan secara partial dengan menggunakan uji T (t-tes) masing-masing pada tingkat keyakinan (*convidend interval*) 95%.

1.7.1 Uji T

Uji T Menurut Sugiyono (dalam Salimun dan Sugiyanto, 2021:573) uji t digunakan untuk menguji tingkat signifikansi secara parsial atau individu pengaruh variabel *role model* (X_1), *need for achievement* (X_2), dan *subjective norms* (X_3), dan intensi wirausaha (Y) dengan kriteria pengujian:

H_{01} : *Role model* secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap intensi wirausaha di bidang industri kreatif kuliner di Kota Banda Aceh.

H_{a1} : *Role model* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap intensi wirausaha di bidang industri kreatif kuliner di Kota Banda Aceh.

H_{02} : *Need for achievement* secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap intensi wirausaha di bidang industri kreatif kuliner di Kota Banda Aceh.

H_{a2} : *Need for achievement* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap intensi wirausaha di bidang industri kreatif kuliner di Kota Banda Aceh.

H_{03} : *subjective norms* secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap intensi wirausaha di bidang industri kreatif kuliner di Kota Banda Aceh.

H_{a3} : *subjective norms* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap intensi wirausaha di bidang industri kreatif kuliner di Kota Banda Aceh.

Kriteria pengambilan keputusan adalah :

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka menerima H_a dan menolak H_o .

Jika $t_{tabel} < t_{hitung}$, maka menolak H_a dan menerima H_o .

1.7.2 Uji F

Digunakan untuk menguji tingkat signifikansi secara simultan atau secara bersama-sama antara variabel *role model* (X_1), *need for achievement* (X_2), dan *subjectif norms* (X_3) terhadap intensi wirausaha (Y). Kriteria pengambilan keputusan pada tingkat signifikansi 5% adalah:

- a. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka menerima H_a dan menolak H_o
- b. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka menolak H_a dan menerima H_o

H_{o4} : *Role model*, *need for achievement*, dan *subjectif norms* secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap intensi wirausaha di bidang industri kreatif kuliner di Kota Banda Aceh.

H_{a4} : *Role model*, *need for achievement*, dan *subjectif norms* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap intensi wirausaha di bidang industri kreatif kuliner di Kota Banda Aceh.

1.7.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa besar kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Jika koefisien determinasi (R^2) semakin besar (mendekati satu) menunjukkan semakin baik kemampuan X menerangkan Y , dimana $0 < R^2 < 1$. Sebaliknya, jika R^2 semakin kecil (mendekati nol), maka pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat semakin kecil. Hal ini berarti model yang digunakan lemah dalam menerangkan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Adapun interpretasi dari nilai determinasi dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

No.	Nilai determinasi	Tingkat hubungan
1.	>0,200	Sangat rendah
2.	0,200 – 0,399	Rendah
3.	0,400 – 0,599	Cukup
4.	0,600 – 0,799	Tinggi
5.	0,800 – 1000	Sangat tinggi

Sumber : Metode penelitian kuantitatif (Machali,2021)

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1.1 Gambaran Umum Objek penelitian

Kota Banda Aceh adalah ibu kota Provinsi Aceh yang terletak di ujung barat Pulau Sumatra. Secara geografis, kota ini berada pada koordinat 5°33' - 5°36' Lintang Utara dan 95°16' - 95°22' Bujur Timur, dengan luas wilayah sekitar 61,36 km². Batas-batas wilayah Kota Banda Aceh meliputi Selat Malaka di sebelah utara, serta Kabupaten Aceh Besar di sisi timur, selatan, dan barat. Letaknya yang strategis menjadikan Banda Aceh sebagai pusat pemerintahan, pendidikan, dan kegiatan ekonomi di Provinsi Aceh.

Secara administratif, Kota Banda Aceh terbagi menjadi 9 kecamatan, yaitu Baiturrahman, Kuta Alam, Kuta Raja, Meuraxa, Syiah Kuala, Ulee Kareng, Banda Raya, Jaya Baru, dan Lueng Bata. Kecamatan-kecamatan ini membawahi 90 gampong (desa) yang masing-masing memiliki karakteristik unik dalam mendukung aktivitas ekonomi, sosial, dan budaya. Pembagian wilayah yang jelas ini memungkinkan pengelolaan pemerintahan kota berjalan dengan lebih efektif.

Dari segi demografi, Banda Aceh memiliki populasi sekitar 270.000 jiwa. Mayoritas penduduknya beragama Islam, sehingga kota ini kerap disebut sebagai "Serambi Mekkah," mencerminkan kehidupan sosial masyarakat yang religius dan berakar pada nilai-nilai budaya Islam. Selain itu, tingkat pendidikan di Banda Aceh relatif tinggi, dengan banyaknya institusi pendidikan yang tersebar di berbagai wilayah kota, baik tingkat dasar maupun perguruan tinggi.

Ekonomi Kota Banda Aceh didukung oleh sektor perdagangan, jasa, dan pariwisata. Sebagai pusat aktivitas ekonomi Provinsi Aceh, Banda Aceh memiliki

pasar tradisional yang aktif, pusat perbelanjaan modern, serta warung kopi yang menjadi ikon budaya lokal. Selain itu, kehadiran infrastruktur yang memadai, seperti jalan raya, pelabuhan, dan akses komunikasi, semakin memperkuat posisi kota ini sebagai salah satu pusat pertumbuhan ekonomi di wilayah barat Indonesia. Dengan kondisi geografis, demografis, dan ekonomi yang mendukung, Banda Aceh memiliki potensi besar untuk terus berkembang.

1.2 Karakteristik Responden

Karakteristik responden meliputi data tentang identitas pribadi para partisipan dalam penelitian ini. Penyajian informasi terkait karakteristik responden ini penting untuk memberikan keterangan mengenai data pribadi mereka, yang mencakup jenis kelamin, program studi, usia, dan asal, seperti berikut:

1.2.1 Jenis kelamin

Tanggapan responden terhadap 2 item karakteristik jenis kelamin dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.1
Jenis kelamin responden

No.	Jenis kelamin	Frekuensi	Persentase
1.	Laki-laki	54	54 %
2.	Perempuan	46	46 %
Total		100	100 %

Sumber : Hasil Olah Data Primer 2024

Berdasarkan tabel 4.1 diatas dapat dilihat bahwa responden dalam penelitian ini memiliki jenis kelamin laki-laki sebanyak 54 orang responden (54 %) dan perempuan sebanyak 46 orang responden (46 %).

1.2.2 Usia

Tanggapan responden terhadap 3 item karakteristik usia dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.2
Usia responden

No.	Umur	Frekuensi	Persentase
1.	<20 tahun	29	29%
2.	20-30 tahun	38	38%
3.	>30 tahun	33	33%
Total		100	100 %

Sumber : Hasil Olah Data Primer 2024

Berdasarkan tabel 4.2 diatas terlihat bahwa responden yang berusia >20 tahun sebanyak 29 orang (29 %), responden yang berusia 20-30 tahun sebanyak 38 orang (38 %) dan responden yang berusia >30 tahun sebanyak 33 orang (33 %).

1.2.3 Status perkawinan

Tanggapan responden terhadap 2 item karakteristik status perkawinan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.3
Status perkawinan responden

No.	Status perkawinan	Frekuensi	Persentase
1.	Menikah	48	48 %
2.	Belum menikah	52	52 %
Total		100	100 %

Sumber : Hasil Olah Data Primer 2024

Berdasarkan tabel 4.3 diatas responden yang sudah menikah berjumlah 48 orang (48%) dan responden yang belum menikah berjumlah 52 orang (52%).

1.2.4 Tingkat pendidikan

Tanggapan responden terhadap 3 item karakteristik tingkat pendidikan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.4
Tingkat pendidikan Responden

No.	Tingkat pendidikan	Frekuensi	Persentase
1.	SLTA/Sederajat	43	43 %
2.	Sarjana (S1)	56	56 %
3.	Pascasarjana (S2)	1	1 %
Total		100	100 %

Sumber : Hasil Olah Data Primer 2024

Berdasarkan tabel 4.4 diatas terlihat bahwa responden yang dengan tingkat pendidikan SLTA/Sederajat berjumlah 43 orang (43%), sarjana (S1) berjumlah 56 orang (56 %) dan pascasarjana (S2) berjumlah 1 orang (1 %).

1.3 Deskriptif Variabel Penelitian

Frekuensi variabel meliputi data mean atau rerata. Penyajian informasi Frekuensi variabel mencakup semua indikator pada variabel Intensi Berwirausaha (Y), *role model* (X_1), *need for achievement* (X_2) dan *subjective norms* (X_3).

Penggolongan persepsi responden akan dikelompokkan ke dalam beberapa kategori tertentu. Pembagian ini dilakukan agar mempermudah menganalisis hasil tanggapan responden. Rincian kategori tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.5
Penggolongan persepsi responden

No.	Rata-rata skor	kategori
1.	1,00 – 1,80	Sangat tidak baik
2.	1,81 – 2,60	Tidak baik
3.	2,61 – 3,40	Kurang baik
4.	3,41 – 4,20	Baik
5.	4,21 – 5,00	Sangat baik

Sumber: Metode penelitian manajemen pendidikan (Suryana,2015)

1.3.1 Intensi berwirausaha

Tanggapan responden terhadap 5 item pertanyaan pada variabel intensi berwirausaha adalah sebagai berikut:

Tabel 4.6
Frekuensi Variabel Intensi Berwirausaha

No	Itema Pertanyaan	STS		TS		KS		S		SS		Mean
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
1	Saya bersedia menjadi seorang wirausaha	-	-	24	24%	7	7 %	40	40 %	29	29 %	3.74
2	Menjadi wirausaha adalah tujuan utama karier saya.	-	-	27	27 %	7	7%	27	27 %	39	39 %	3.78
3	Saya berusaha mempersiapkan diri menjadi wirausaha.	-	-	25	25 %	8	8 %	32	32 %	35	35 %	3.77
4	Saya berniat memulai usaha dalam waktu dekat.	-	-	23	23 %	9	9 %	25	25 %	43	43 %	3.88
5	Saya sering memikirkan langkah-langkah untuk memulai usaha.	-	-	27	27%	5	5%	33	33%	35	35%	3.76
Nilai Rerata												3,786

Sumber : Hasil Olah data Primer 2024

Berdasarkan tabel 4.6 diatas diketahui bahwa distribusi jawaban responden pada variabel Intensi Berwirausaha pada indikator pertama diperoleh jawaban rata-rata 3,74 yang berarti setuju. Pada indikator kedua diperoleh jawaban rata-rata 3,78 yang berarti setuju. Pada indikator ketiga diperoleh jawaban rata-rata 3,77 yang berarti setuju. Pada indikator keempat diperoleh jawaban rata-rata 3,88 yang berarti setuju dan pada indikator kelima diperoleh jawaban rata-rata 3,76 yang berarti setuju. Nilai rerata pada variabel Intensi Berwirausaha sebesar 3,786 artinya variabel Intensi Berwirausaha berada pada kategori baik.

1.3.2 Role model

Tanggapan responden terhadap 5 item pertanyaan pada variabel *role model* adalah sebagai berikut:

Tabel 4.7
Frekuensi Variabel Role model

No	Itema Pertanyaan	STS		TS		KS		S		SS		Mean
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
1	Orang terdekat saya mengenalkan saya pada dunia bisnis.	-	-	34	34%	14	14%	22	22%	30	30%	3.48
2	Saya punya banyak teman yang sukses sebagai pengusaha.	-	-	40	40%	9	9%	16	16%	35	35%	3.46
3	Saya belajar menetapkan tujuan dari pengusaha lainnya.	-	-	38	38%	11	11%	11	11%	40	40%	3.53
4	Pengusaha yang menjadi panutan saya memotivasi saya menjadi pengusaha.	-	-	36	36%	11	11%	20	20%	33	33%	3.50
5	Kisah sukses pengusaha panutan saya menginspirasi untuk memulai usaha.	-	-	39	39%	8	8%	17	17%	36	36%	3.50
Nilai Rerata												3,494

Sumber : Hasil Olah data Primer 2024

Berdasarkan tabel 4.7 diatas diketahui bahwa distribusi jawaban responden pada variabel *role model* pada indikator pertama diperoleh jawaban rata-rata 3,48 yang berarti setuju. Pada indikator kedua diperoleh jawaban rata-rata 3,46 yang berarti setuju. Pada indikator ketiga diperoleh jawaban rata-rata 3,53 yang berarti setuju. Pada indikator keempat diperoleh jawaban rata-rata 3,50 yang berarti setuju dan pada indikator kelima diperoleh jawaban rata-rata 3,50 yang berarti setuju. Nilai rerata pada variabel *role model* sebesar 3,494 artinya variabel *role model* berada pada kategori baik.

1.3.3 Need for achievement

Tanggapan responden terhadap 4 item pertanyaan pada variabel *need for achievement* adalah sebagai berikut:

Tabel 4.8
Frekuensi Variabel Need for achievement

No	Itema Pertanyaan	STS		TS		KS		S		SS		Mean
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
1	Saya berusaha menyelesaikan tugas dengan hasil terbaik.	-	-	22	22%	7	7%	32	32%	39	39%	3,88
2	Saya ingin bertanggung jawab atas keputusan yang saya lakukan.	-	-	21	21%	8	8%	28	28%	43	43%	3,93
3	Saya melihat pengalaman kerja sebagai peluang belajar.	-	-	24	24%	5	5%	32	32%	39	39%	3,86
4	Saya ingin mendapat masukan untuk memperbaiki diri.	-	-	57	57%	22	22%	12	12%	9	9%	2,73
Nilai Rerata												3,60

Sumber : Hasil Olah data Primer 2024

Berdasarkan tabel 4.8 diatas diketahui bahwa distribusi jawaban responden pada variabel *need for achievement* pada indikator pertama diperoleh jawaban rata-rata 3,88 yang berarti setuju. Pada indikator kedua diperoleh jawaban rata-rata 3,93 yang berarti setuju. Pada indikator ketiga diperoleh jawaban rata-rata 3,86 yang berarti setuju dan pada indikator keempat diperoleh jawaban rata-rata 2,73 yang berarti kurang setuju. Nilai

rerata pada variabel *need for achievement* sebesar 3,60 artinya variabel *need for achievement* berada pada kategori baik.

1.3.4 Subjective norms

Tanggapan responden terhadap 4 item pertanyaan pada variabel *subjective norms* adalah sebagai berikut:

Tabel 4.9
Frekuensi Variabel *Subjective norms*

No	Itema Pertanyaan	STS		TS		KS		S		SS		Mean
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
1	Orang-orang di sekitar saya menganggap wirausaha sebagai hal positif.	-	-	20	20	8	8	39	39	33	33	3,85
2	Saya cenderung mengikuti pandangan orang terdekat tentang wirausaha.	-	-	30	30%	9	9%	29	29%	32	32%	3,63
3	Memulai usaha akan mendapat penilaian baik dari masyarakat sekitar.	-	-	26	26%	4	4%	38	38%	32	32%	3,76
4	Saya mendapat dukungan moral dari lingkungan untuk memulai usaha.	-	-	21	21%	8	8%	27	27%	44	44%	3,94
Nilai Rerata												3,795

Sumber : Hasil Olah data Primer 2024

Berdasarkan tabel 4.9 diatas diketahui bahwa distribusi jawaban responden pada variabel *subjective norms* pada indikator pertama diperoleh jawaban rata-rata 3,85 yang berarti setuju. Pada indikator kedua diperoleh jawaban rata-rata 3,63 yang berarti setuju. Pada indikator ketiga diperoleh jawaban rata-rata 3,76 yang berarti setuju dan pada indikator keempat diperoleh jawaban rata-rata 3,94 yang berarti kurang setuju. Nilai rerata pada variabel *need for achievement* sebesar 3,795 artinya variabel *subjective norms* berada pada kategori baik.

1.4 Hasil Pengujian Data

1.4.1 Pengujian Instrumen

Pengujian instrumen dilakukan untuk memastikan validitas dan reliabilitas

dari kuesioner yang digunakan. Proses pengujian instrumen dilakukan melalui analisis data yang diperoleh dari responden, dengan menggunakan metode statistik tertentu. Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan dengan menggunakan teknik *Pearson Product Moment*, sedangkan uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan koefisien *Cronbach's Alpha*.

1.4.1.1 Pengujian Validitas

Uji validitas dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen penelitian mampu mengukur variabel yang diteliti secara tepat. Instrumen yang valid dapat memberikan gambaran yang akurat mengenai konsep yang ingin diukur, sehingga hasil penelitian menjadi relevan dan dapat dipertanggungjawabkan. Melalui uji validitas, diperoleh kepastian bahwa setiap item dalam instrumen mencerminkan aspek yang sesuai dengan tujuan penelitian.

Tabel 4.10
Uji Validitas Variabel

No. Pertanyaan	Variabel Penelitian	Item Pernyataan Kuesioner	Nilai r_{hitung}	Nilai r_{tabel} (n=100)	Hasil Uji
A1	Intensi Berwirausaha (Y)	Bersedia melakukan apapun untuk berwirausaha	0,858	0.1966	Valid
A2		Tujuan profesi utama adalah wirausaha	0,876	0.1966	Valid
A3		Berusaha maksimal untuk menjadi wirausaha	0,867	0.1966	Valid
A4		Berniat untuk memulai usaha	0,845	0.1966	Valid
A5		Mempunyai pemikiran serius memulai usaha	0,933	0.1966	Valid
B1	Role model (X ₁)	Peranan orang terdekat dalam dunia bisnis	0,923	0.1966	Valid
B2		Banyaknya relasi personal yang menjadi wirausaha sukses	0,893	0.1966	Valid
B3		Penetapan Tujuan Pencapaian	0,868	0.1966	Valid
B4		Memberikan motivasi	0,825	0.1966	Valid
B5		Memberikan inspirasi	0,949	0.1966	Valid
C1	Need for achievement	Orientasi pada Tugas	0,870	0.1966	Valid
C2		Keinginan untuk Bertanggung	0,912	0.1966	Valid

	(X ₂)	Jawab			
C3		Memberikan pembelajaran	0,244	0.1966	Valid
C4		Keinginan untuk Mendapatkan Umpan Balik	0,924	0.1966	Valid

Lanjutan tabel 4.10

D1	<i>Subjective norms (X₃)</i>	Keyakinan normatif	0,676	0.1966	Valid
D2		Kepatuhan keyakinan normatif	0,534	0.1966	Valid
D3		Penilaian sosial	0,198	0.1966	Valid
D4		Dukungan normatif	0,734	0.1966	Valid

Sumber : Hasil Olah Data Primer 2024

Berdasarkan tabel 4.10 diatas dapat dijelaskan bahwa semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan semuanya valid, karena mempunyai nilai r_{hitung} lebih besar daripada nilai r_{tabel} sehingga semua pertanyaan yang terkandung dalam kuesioner penelitian ini dinyatakan valid untuk dilanjutkan penelitian yang lebih mendalam.

1.4.1.2 Pengujian Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk menilai tingkat konsistensi instrumen penelitian dalam menghasilkan data. Reliabilitas menunjukkan sejauh mana suatu instrumen memberikan hasil yang stabil dan konsisten ketika digunakan dalam berbagai kesempatan. Pengujian ini memastikan bahwa data yang dihasilkan bebas dari kesalahan acak dan dapat diandalkan untuk mendukung analisis lebih lanjut.

Tabel 4.11
Uji Reliabilitas Variabel

No.	Variabel Penelitian	Nilai Uji Reabilitas	Cronbach's Alpha	Keterangan
1.	Intensi Berwirausaha (Y)	0,974	0,60	Handal
2.	<i>Role model (X₁)</i>	0,972	0,60	Handal
3.	<i>Need for achievement (X₂)</i>	0,859	0,60	Handal
4.	<i>Subjective norms (X₃)</i>	0,814	0,60	Handal

Sumber : Hasil Olah Data Primer 2024

Berdasarkan tabel 4.11 di atas, maka didapatkan nilai uji reliabilitas untuk variabel intensi berwirausaha (Y) dengan nilai 0,974, *Role model (X₁)* dengan nilai

0,972, *Need for achievement* (X_2) dengan nilai 0,859 dan *Subjective norms* (X_3) dengan nilai 0,814. Seluruh variabel dalam instrumen penelitian ini memiliki nilai nilai reliabilitas tes lebih besar dari nilai *cronbach's alpha* yaitu 0,60. Hal ini berarti bahwa kuesioner penelitian yang digunakan reliabel/handal.

1.4.2 Pengujian Asumsi Klasik

1.4.2.1 Pengujian Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengevaluasi apakah data yang digunakan dalam penelitian berdistribusi normal. Asumsi normalitas ini penting, terutama dalam analisis statistik parametrik, karena dapat memengaruhi validitas hasil analisis. Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan menggunakan dua metode, yaitu One Sample Kolmogorov-Smirnov (KS) dan Normal P-P Plot.

Metode One Sample KS digunakan untuk menguji distribusi data secara numerik, dengan melihat nilai signifikansi sebagai indikator. Sementara itu, Normal P-P Plot digunakan sebagai pendekatan visual untuk memeriksa apakah data mengikuti garis distribusi normal. Kedua metode ini diharapkan dapat memberikan hasil yang komplementer, sehingga interpretasi normalitas data menjadi lebih komprehensif.

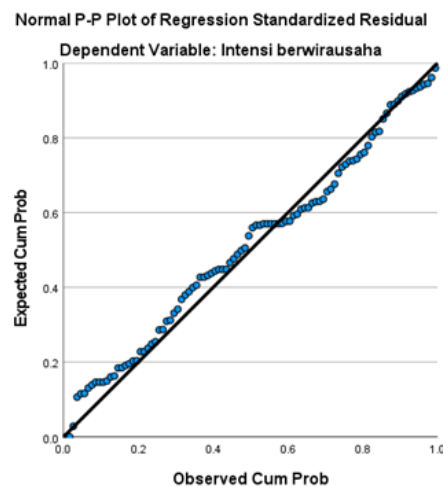
Tabel 4.12
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.43119401
Most Extreme Differences	Absolute	.073
	Positive	.062
	Negative	-.073
Test Statistic		.073
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d

Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.		.211
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.201
		Upper Bound	.222

Sumber : Hasil Olah Data Primer 2024

Berdasarkan tabel 4.12 diatas dapat dilihat nilai dari Asymp. Sig. (2-tailed)^c adalah 0.200^d lebih besar dari 0.05 dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi secara normal.



Gambar 4.1
Hasil Uji Normalitas

Berdasarkan gambar 4.1 di atas terlihat bahwa plotting (titik-titik) mengikuti garis diagonal. Paramita et al. (2021:85) data terletak di sekitar garis lurus diagonal artinya data telah memenuhi syarat distribusi normal, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi berdistribusi normal.

1.4.2.2 Pengujian Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas bertujuan untuk memastikan tidak adanya hubungan linear yang kuat antar variabel independen dalam model regresi. Multikolinearitas yang tinggi dapat menyebabkan estimasi koefisien regresi menjadi tidak stabil, sehingga mengurangi keakuratan dan interpretasi model.

Dalam penelitian ini, pengujian multikolinearitas dilakukan menggunakan dua indikator utama, yaitu nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Nilai Tolerance yang rendah atau VIF yang tinggi mengindikasikan adanya multikolinearitas. Dengan memastikan bahwa nilai-nilai tersebut berada dalam batas yang diperbolehkan, hasil analisis diharapkan lebih valid dan dapat diinterpretasikan dengan baik.

Tabel 4.13
Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel Bebas	Toleransi	VIF	Keterangan
<i>Role model</i>	0,634	1,578	Non Multikolinieritas
<i>Need for achievement</i>	0,617	1,620	Non Multikolinieritas
<i>Subjective norms</i>	0,950	1,053	Non Multikolinieritas

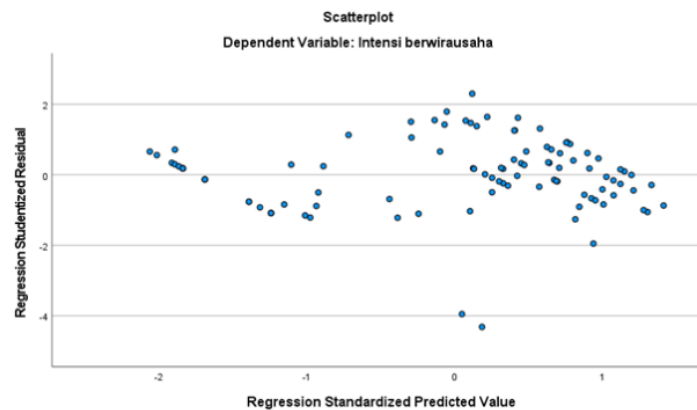
Sumber : Hasil Olah Data Primer 2024

Berdasarkan tabel 4.12 di atas terlihat bahwa nilai *tolerance* $> 0,100$ dan nilai *variance inflation factor* (*VIF*) $< 10,00$. Paramita et al. (2021:85) Multikolinearitas dapat diketahui dengan melihat nilai *VIF* (*variance inflation factor*) dan *tolerance*, dimana jika nilai VIF di bawah 10 dan nilai *tolerance* di atas 0,100 maka bisa dikatakan multikolinearitas yang terjadi lolos dari uji multikolinearitas. Dapat disimpulkan bahwa tidak ada gejala multikolinearitas pada data.

1.4.2.3 Pengujian Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan varians pada data residual dalam model regresi. Heteroskedastisitas dapat mengganggu hasil estimasi model regresi, yang mengarah pada ketidakakuratan dalam pengujian hipotesis dan prediksi. Jika terdapat heteroskedastisitas, maka estimasi koefisien regresi mungkin tidak efisien, meskipun tetap tidak bias. Uji heteroskedastisitas dilakukan menggunakan

uji grafik dan uji statistik. Dengan memeriksa pola distribusi residual, baik melalui visualisasi grafik maupun pengujian statistik, dapat diketahui apakah data memenuhi asumsi homoskedastisitas atau terdapat indikasi heteroskedastisitas.



Gambar 4.2
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar 4.2 di atas terlihat bahwa tidak ada pola yang jelas (bergelombang, melebar dan menyempit) pada *scatterplot*, serta titik-titik menyebar antara angka nol (0) pada sumbu Y. Manaroinsong (2013:202) Model yang baik didapatkan jika tidak terdapat pola tertentu pada grafik, seperti mengumpul di tengah, menyempit kemudian melebar atau sebaliknya melebar kemudian menyempit. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada gejala heteroskedastisitas pada data.

1.4.3 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk menentukan apakah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen yang dihipotesiskan dalam penelitian ini dapat diterima secara statistik. Langkah ini bertujuan untuk memberikan dasar empiris dalam menjawab pertanyaan penelitian dan mengkonfirmasi model teoretis yang telah dibangun. Proses ini melibatkan pengujian signifikansi masing-

masing variabel independen secara parsial maupun simultan terhadap variabel dependen, untuk mengukur sejauh mana kontribusi variabel-variabel tersebut terhadap perubahan yang terjadi.

Dalam penelitian ini, pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji statistik parametrik, seperti uji t untuk menguji pengaruh secara parsial dan uji F untuk menguji pengaruh secara simultan. Nilai koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana variabel independen secara keseluruhan dapat menjelaskan variabel dependen. Hasil dari pengujian ini akan menjadi dasar untuk menarik kesimpulan penelitian dan memberikan rekomendasi.

Tabel 4.14
Hasil Analisis Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		t_{tabel}	t_{hitung}	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	4.494	1.284		-3.500	.001
	<i>role model</i>	.242	.050	1.984	4.826	.000
	<i>Need for achievement</i>	.933	.084	1.984	11.153	.000
	<i>Subjective norms</i>	.379	.068	1.984	5.550	.000

Sumber : Hasil Olah Data Primer 2024

Berdasarkan tabel 4.13 diatas terlihat bahwa data output dari analisis regresi linier berganda yang dianalisis menggunakan SPSS maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 4.494 + 0,242X_1 + 0,933X_2 + 0,379X_3$$

Persamaan regresi di atas memiliki makna sebagai berikut:

1. Jika *role model*, *need for achievement* dan *subjective norms* bernilai 0, maka nilai Intensi Berwirausaha diprediksi sebesar 4.494. Ini adalah nilai dasar dari Intensi Berwirausaha tanpa pengaruh dari *role model*, *need for achievement* dan *subjective norms*.

2. *Role model* (X_1) mempunyai koefisien regresi dengan nilai sebesar 0,242. Hal ini berarti bahwa setiap kenaikan 1 unit pada variabel *role model* (X_1) akan menyebabkan variabel Intensi Berwirausaha (Y) naik sebesar 0,242 satuan dengan asumsi *Need for achievement* (X_2) dan *Subjective norms* (X_3) tetap, koefisien ini menunjukkan pengaruh positif *Role model* (X_1) terhadap Intensi berwirausaha (Y).
3. *Need for achievement* (X_2) mempunyai koefisien regresi dengan nilai sebesar 0,933. Hal ini berarti bahwa setiap kenaikan 1 unit pada variabel *need for achievement* (X_2) akan menyebabkan variabel Intensi Berwirausaha (Y) naik sebesar 0,933 satuan dengan asumsi *Role model* (X_1) dan *Subjective norms* (X_3) tetap, koefisien ini menunjukkan pengaruh positif *Need for achievement* (X_2) terhadap Intensi berwirausaha (Y).
4. *Subjective norms* (X_3) mempunyai koefisien regresi dengan nilai sebesar 0,379. Hal ini berarti bahwa setiap kenaikan 1 unit pada variabel *Subjective norms* (X_3) akan menyebabkan variabel Intensi Berwirausaha (Y) naik sebesar 0,379 satuan dengan asumsi *Role model* (X_1) dan *Need for achievement* (X_2) tetap, koefisien ini menunjukkan pengaruh positif *Subjective norms* (X_3) terhadap Intensi berwirausaha (Y).
5. Semua variabel independen memiliki pengaruh positif terhadap intensi berwirausaha, artinya semakin tinggi nilai pada *role model*, *need for achievement*, dan *subjective norms*, semakin tinggi pula intensi berwirausaha seseorang.

1.4.3.1 Pengujian Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis ini digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua atau lebih

yaitu antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y) secara serentak yang menunjukkan seberapa besar hubungan yang terjadiantar variebl. Nilai R berkisar antara 0 sampai 1, nilai semakin mendekati 1 berarti hubungan yang terjadi semakin kuat, sebaliknya nilai semakin mendekati 0 maka hubungan yang terjadi semakin lemah.

Tabel 4.15
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.902 ^a	.815	.809	.82892

Sumber : Hasil Olah Data Primer 2024

Berdasarkan dari output SPSS di atas maka diperoleh sebagai berikut:

1. Koefisien korelasi dalam penelitian diperoleh nilai sebesar 0,902 dimana dengan nilai tersebut terdapat hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat adalah sebesar 90,2%. Artinya faktor role model (X1), need for achievement (X2) dan Subjective norms (X3) mempunyai hubungan yang sangat berhubungan terhadap Intensi Berwirausaha (Y).
2. Koefisien determinasi diperoleh dengan nilai sebesar 0,815 artinya bahwa sebesar 81,5 % perubahan-perubahan dalam variabel Intensi Berwirausaha dapat dijelaskan oleh perubahan-perubahan faktor role model (X1), dan need for achievement (X2). Sedangkan selebihnya sebesar 18,5 % dijelaskan oleh faktor-faktor lain diluar dua variabel yang telah dijelaskan diatas seperti efikasi diri, lingkungan internal dan eksternal.
3. Adjusted R Square adalah versi yang disesuaikan dari R Square, yang mempertimbangkan jumlah variabel dalam model dan ukuran sampel. Nilai 0,809 berarti setelah penyesuaian, model tetap menjelaskan sekitar 80,9% variasi dalam intensi berwirausaha. Penyesuaian ini penting untuk

menghindari bias yang mungkin muncul karena menambahkan variabel yang tidak terlalu relevan.

4. *Standard error of the estimate* adalah ukuran seberapa jauh prediksi model berbeda dari nilai aktual Intensi berwirausaha. Dalam konteks ini, rata-rata perbedaan antara nilai intensi berwirausaha yang diprediksi dan nilai aktual adalah sekitar 0,82892 unit. Nilai ini menunjukkan seberapa akurat model memprediksi nilai intensi berwirausaha. Semakin kecil nilainya, semakin baik modelnya.

1.4.3.2 Pengujian parsial (uji t)

Untuk menguji pengaruh *role model*, *need for achievement* dan *subjective norms* terhadap Intensi Berwirausaha secara parsial, digunakan uji Statistik parsial (uji t). Apabila nilai $t_{hitung} > \text{nilai } t_{Tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sebaliknya apabila nilai $t_{hitung} < \text{nilai } t_{Tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Hasil pengujian hipotesis secara parsial dapat dilihat pada Tabel 4.13. Dapat ketahui besarnya nilai t_{hitung} dari setiap variabel independen dalam penelitian ini, nilai t_{hitung} dari setiap variabel independen akan dibandingkan dengan nilai t_{Tabel} dengan menggunakan tingkat kepercayaan (*confidence interval*) 95% atau $\alpha = 0,05$.

1.4.3.2.1 Variabel *Role model*

Pengaruh *role model* (X_1) terhadap variabel Intensi Berwirausaha (Y) secara parsial dapat dilihat pada Tabel 4.13. Nilai t_{hitung} (4,826) lebih besar dari t_{tabel} (1,984), maka keputusannya adalah menerima H_{a1} dan menolak H_{01} . Dari hasil uji signifikansi secara parsial, didapatkan nilai signifikansi sebesar 0,000

yang mana 0,000 lebih kecil dari 0,05 artinya bahwa *role model* berpengaruh secara signifikan terhadap Intensi Berwirausaha.

1.4.3.2.2 Variabel *Need for achievement*

Pengaruh *need for achievement* (X_2) terhadap variabel Intensi Berwirausaha (Y) secara parsial dapat dilihat pada Tabel 4.13. Nilai t_{hitung} (11,153) lebih besar dari t_{tabel} (1,984), maka keputusannya adalah menerima H_{a2} dan menolak H_{02} . Dari hasil uji signifikansi secara parsial, didapatkan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang mana 0,000 lebih kecil dari 0,05 artinya bahwa *need for achievement* berpengaruh secara signifikan terhadap Intensi Berwirausaha.

1.4.3.2.3 Variabel *Subjective norms*

Pengaruh *Subjective norms* (X_3) terhadap variabel Intensi Berwirausaha (Y) secara parsial dapat dilihat pada Tabel 4.13. Nilai t_{hitung} (5,550) lebih besar dari t_{tabel} (1,984), maka keputusannya adalah menerima H_{a3} dan menolak H_{03} . Dari hasil uji signifikansi secara parsial, didapatkan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang mana 0,000 lebih kecil dari 0,05 artinya bahwa *Subjective norms* berpengaruh secara signifikan terhadap Intensi Berwirausaha.

1.4.3.3 Pengujian Simultan (uji f)

Untuk menguji pengaruh *role model*, *need for achievement* dan *subjective norms* secara bersama-sama (simultan) terhadap Intensi Berwirausaha digunakan uji Statistik F (uji F). Apabila nilai $F_{hitung} > \text{nilai } F_{tabel}$, maka H_{04} ditolak dan H_{a4} diterima. Sebaliknya apabila nilai $F_{hitung} < \text{nilai } F_{tabel}$, maka H_{04} diterima dan H_{a4} ditolak.

Tabel 4.16
Anova

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F _{tabel}	F _{hitung}	Sig.
1	Regression	2569.350	3	856.450	2,70	140.507	.000 ^b
	Residual	585.160	96	6.095			
	Total	3154.510	99				

Sumber : Hasil Olah Data Primer 2024

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 140.507 dengan signifikansi 0,000, sedangkan F_{tabel} pada tingkat kepercayaan (*confidence interval*) 95% atau $\alpha = 0,05$ adalah 2,70. Dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} , maka $F_{hitung} (140.507) > F_{tabel} (2,70)$ dan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 keputusannya adalah menerima H_{a4} dan menolak H_{04} artinya secara bersama-sama variabel *role model* (X_1), *need for achievement* (X_2) dan *subjective norms* (X_3) berpengaruh secara signifikan terhadap Intensi Berwirausaha.

1.5 Pembahasan Hasil Penelitian

1.5.1 Pengaruh *Role model* Secara Parsial Terhadap Intensi Berwirausaha

Berdasarkan hasil yang telah diuji dan dianalisa dapat disimpulkan bahwa variabel *role model* berpengaruh signifikan terhadap variabel Intensi Berwirausaha. *Role model* memiliki pengaruh signifikan terhadap intensi wirausaha. Keberadaan sosok panutan yang sukses di bidang wirausaha memberikan inspirasi dan motivasi kepada individu untuk mengikuti jejak mereka. Misalnya, seorang mahasiswa yang melihat dosennya berhasil menjalankan bisnis sampingan mungkin terdorong untuk memulai usaha sendiri. *Role model* memberikan keyakinan bahwa kesuksesan dalam wirausaha adalah sesuatu yang dapat dicapai dengan usaha dan strategi yang tepat. Hal ini sejalan

dengan penelitian yang dilakukan oleh Bagia et al, (2023) yang menyatakan bahwa *Role model*, *subjective norms* berpengaruh secara signifikan terhadap intensi berwirausaha. Mei Ie et al. (2024) juga mengatakan hal yang sama yaitu karakteristik kewirausahaan dan *role model* memiliki pengaruh signifikan terhadap intensi kewirausahaan.

1.5.2 Pengaruh *Need for achievement* Secara Parsial Terhadap Intensi

Berwirausaha

Berdasarkan hasil yang telah diuji dan dianalisa dapat disimpulkan bahwa variabel *Need for achievement* berpengaruh signifikan terhadap variabel Intensi Berwirausaha. *Need for achievement* juga berperan penting dalam memengaruhi intensi wirausaha. Individu yang memiliki dorongan kuat untuk mencapai sesuatu yang lebih baik, seperti pencapaian finansial atau pengakuan sosial, cenderung memiliki keinginan lebih besar untuk memulai usaha. Misalnya, seseorang yang merasa puas ketika berhasil menciptakan produk inovatif atau memenuhi kebutuhan pasar tertentu, akan terdorong untuk terus mengembangkan bisnisnya. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wardhana dan Ghofur (2024) yang mengatakan bahwa *Locus of control*, *Need for Achievement*, dan *Proactive Personality*, berpengaruh terhadap intensi berwirausaha, baik secara parsial maupun simultan. Pranata et al, (2021) juga mengatakan hal yang sama bahwa *Need for Achievement* dan *Locus of control* memiliki pengaruh signifikan terhadap sikap kewirausahaan dan intensi berwirausaha siswa dan juga Rusdiyana & Muttaqiyathun (2021) mengatakan bahwa *Adversity Quotient*, Efikasi Diri, dan *Need for Achievement* secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan positif terhadap intensi berwirausaha mahasiswa.

1.5.3 Pengaruh *Subjective Norms* Secara Parsial Terhadap Intensi

Berwirausaha

Berdasarkan hasil yang telah diuji dan dianalisa dapat disimpulkan bahwa variabel *Subjective Norms* berpengaruh signifikan terhadap variabel Intensi Berwirausaha. *Subjective norms* terbukti memengaruhi intensi wirausaha secara parsial. Dalam kehidupan sehari-hari, dukungan sosial dari keluarga, teman, atau masyarakat sangat berpengaruh terhadap keputusan individu untuk berwirausaha. Jika lingkungan sosial mendukung dan memberikan dorongan, seseorang lebih cenderung memiliki keyakinan untuk memulai usaha. Sebaliknya, tekanan sosial yang meremehkan profesi wirausaha dapat menjadi penghambat. Contohnya, seorang individu yang mendapatkan dukungan penuh dari keluarganya untuk membuka bisnis kuliner lebih mungkin untuk mengambil langkah tersebut. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Santoso dan Handoyo (2019) yang mengatakan bahwa sikap, norma subyektif (*subjective norms*), kontrol perilaku yang, dan orientasi peran memiliki pengaruh signifikan terhadap intensi berwirausaha mahasiswa, baik secara parsial maupun simultan. Nurdwiratno et al. (2023) juga mengatakan hal yang sama bahwa *locus of control* dan *norma subjektif* masing-masing memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap intensi berwirausaha.

1.5.4 Pengaruh *Role model*, *Need for achievement* dan *Subjective norms*

Secara Simultan Terhadap Intensi Berwirausaha

Berdasarkan hasil yang telah diuji dan dianalisa dapat disimpulkan bahwa variabel *role model*, *need for achievement* dan *Subjective Norms* berpengaruh

secara signifikan terhadap variabel Intensi Berwirausaha. Ketiga faktor ini, yaitu *role model*, *subjective norms*, dan *need for achievement*, secara simultan membentuk intensi wirausaha yang kuat. Individu sering kali dipengaruhi oleh kombinasi dari inspirasi personal, dukungan sosial, dan kebutuhan untuk meraih pencapaian. Misalnya, seorang mahasiswa yang terinspirasi oleh pengusaha sukses, mendapatkan dorongan dari teman-teman, dan memiliki ambisi untuk menjadi mandiri secara finansial, akan memiliki kecenderungan yang lebih besar untuk memulai bisnisnya. Hal ini menunjukkan bahwa intensi wirausaha tidak hanya didorong oleh satu faktor, tetapi merupakan hasil interaksi dari berbagai aspek psikologis dan sosial.

1.6 Implikasi Penelitian

Penelitian ini mengidentifikasi pengaruh *role model*, *need for achievement* dan *subjective norms* terhadap Intensi Berwirausaha. Temuan utama menunjukkan bahwa *role model*, *need for achievement* dan *subjective norms* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Intensi Berwirausaha baik secara parsial maupun secara simultan. Berdasarkan temuan ini, beberapa implikasi penting dapat diambil.

1. Implikasi teoritis

Penelitian ini memberikan wawasan praktis bagi individu maupun lembaga yang mendukung pengembangan kewirausahaan. Bagi calon wirausahawan, hasil ini menunjukkan pentingnya mencari inspirasi dari *role model*, membangun jaringan sosial yang mendukung, dan mengembangkan ambisi pribadi untuk mencapai kesuksesan. Bagi pemerintah dan instansi terkait, penelitian ini mendorong penerapan program-program yang mempromosikan kewirausahaan,

seperti menghubungkan calon wirausahawan dengan mentor atau wirausahawan sukses, serta menciptakan kebijakan yang meningkatkan dukungan sosial dan mendorong budaya kewirausahaan.

2. Implikasi praktis

a. Peneliti

Bagi peneliti, hasil ini menjadi referensi yang berharga untuk memperkaya pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang kewirausahaan. Penelitian ini dapat dijadikan acuan dalam mengembangkan teori-teori baru atau memperkuat teori yang sudah ada, terutama yang berkaitan dengan pengaruh psikologis dan sosial terhadap intensi wirausaha.

b. Intansi terkait

Hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan oleh instansi atau lembaga yang terlibat dalam pengembangan wirausaha sebagai masukan strategis untuk meningkatkan kinerja tim mereka. Dengan memahami peran *role model*, *subjective norms*, dan *need for achievement*, instansi dapat lebih efektif dalam menyusun kebijakan atau program yang mendukung pertumbuhan wirausaha.

c. Pihak lain

Bagi pihak lain, seperti akademisi, pelaku bisnis, atau pembuat kebijakan, penelitian ini menyediakan referensi dan bahan bacaan yang dapat memperluas pemahaman mengenai faktor-faktor yang memengaruhi intensi wirausaha. Pengetahuan ini dapat digunakan sebagai dasar untuk mengembangkan pendekatan praktis dalam mendorong individu untuk memulai dan bertahan di dunia wirausaha.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

1.1 Kesimpulan

Hasil uji pengaruh *role model*, *need for achievement* dan *subjective norms* terhadap Intensi Berwirausaha, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Pengaruh *role model* terhadap Intensi Berwirausaha:

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *role model* memainkan peran penting dalam membentuk intensi wirausaha seseorang. *Role model* memberikan contoh nyata tentang bagaimana sebuah bisnis dapat dimulai, dikelola, dan mencapai kesuksesan. Individu yang memiliki panutan yang sukses cenderung lebih percaya diri dalam mencoba hal baru di dunia wirausaha karena mereka melihat kesuksesan sebagai sesuatu yang mungkin dicapai. *Role model* juga dapat menanamkan nilai-nilai positif, seperti keberanian mengambil risiko, ketekunan, dan inovasi. Dengan kata lain, keberadaan sosok panutan yang relevan tidak hanya menginspirasi, tetapi juga memberikan panduan praktis bagi individu untuk mengejar niat mereka dalam berwirausaha.

2. Pengaruh *need for achievement* terhadap Intensi Berwirausaha:

Need for achievement terbukti menjadi salah satu faktor yang secara signifikan mendorong seseorang untuk memiliki niat berwirausaha. Individu dengan dorongan kuat untuk meraih keberhasilan, mencapai target tertentu, atau mendapatkan pengakuan cenderung lebih termotivasi untuk memulai usaha. Kebutuhan ini tidak hanya terkait dengan tujuan finansial, tetapi juga mencakup kepuasan pribadi dalam menyelesaikan tantangan atau menciptakan sesuatu yang inovatif. Dorongan untuk mencapai prestasi membuat individu lebih berani

mengambil risiko dan bertahan dalam menghadapi berbagai hambatan di dunia bisnis. Dengan demikian, kebutuhan akan pencapaian ini menjadi salah satu pilar utama dalam membangun intensi wirausaha.

3. Pengaruh *subjective norms* terhadap Intensi Berwirausaha:

Subjective norms, atau norma subjektif, terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap niat seseorang untuk berwirausaha. Dukungan sosial dari keluarga, teman, dan masyarakat memainkan peran penting dalam meningkatkan keyakinan individu untuk memulai usaha. Lingkungan yang mendukung tidak hanya memberikan dorongan moral, tetapi juga sering kali menjadi sumber motivasi dan semangat untuk menghadapi tantangan dalam dunia bisnis. Sebaliknya, jika lingkungan sosial tidak memberikan dukungan atau bahkan meremehkan profesi wirausaha, intensi individu untuk memulai usaha dapat melemah. Hal ini menunjukkan bahwa norma sosial yang positif dan apresiasi terhadap profesi wirausaha dapat menjadi pendorong utama dalam membentuk niat berwirausaha.

4. Pengaruh *role model*, *need for achievement* dan *subjective norms* terhadap

Intensi Berwirausaha

Ketiga faktor ini (*role model*, *subjective norms*, dan *need for achievement*) secara simultan memberikan kontribusi yang signifikan dalam membentuk intensi wirausaha. Interaksi antara inspirasi dari *role model*, dukungan sosial dari lingkungan, dan dorongan internal untuk berprestasi menciptakan sinergi yang kuat dalam mendorong seseorang untuk memulai bisnis. Dalam kehidupan nyata, individu yang memiliki panutan, mendapat dukungan sosial yang positif, dan memiliki ambisi tinggi untuk sukses cenderung lebih percaya diri dalam mengambil langkah menjadi wirausahawan. Kombinasi ini menunjukkan bahwa

intensi wirausaha bukanlah hasil dari satu faktor tunggal, melainkan terbentuk dari interaksi berbagai elemen yang saling melengkapi. Oleh karena itu, penguatan semua aspek ini secara bersamaan menjadi strategi yang efektif untuk mendorong lebih banyak individu menjadi wirausahawan.

1.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, beberapa saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Untuk masyarakat umum:

Berikut beberapa saran yang dapat dipertimbangkan:

1. Tingkatkan keyakinan untuk memulai usaha, meski sebagian orang bersedia menjadi wirausaha, diperlukan lebih banyak dorongan untuk meningkatkan kepercayaan diri dalam mengambil langkah nyata. Carilah sumber inspirasi dan edukasi, seperti mengikuti seminar atau pelatihan, untuk memperkuat niat berwirausaha.
2. Manfaatkan jaringan dengan pengusaha sukses, keberadaan teman atau kenalan yang sukses dalam berwirausaha dapat menjadi motivasi kuat. Oleh karena itu, disarankan untuk memperluas jejaring sosial dengan bergabung ke komunitas atau kelompok wirausaha, guna memperoleh wawasan dan inspirasi dari pengalaman mereka.
3. Kembangkan diri dengan masukan yang konstruktif, keinginan untuk terus memperbaiki diri adalah fondasi yang baik untuk mencapai keberhasilan. Masyarakat disarankan untuk lebih terbuka menerima masukan dari orang lain, baik itu dari mentor, rekan kerja, maupun pelanggan, guna meningkatkan kemampuan dan strategi berwirausaha.

4. Dengarkan pandangan orang terdekat dengan bijak, pendapat dari keluarga atau teman dekat sering kali memengaruhi keputusan berwirausaha. Masyarakat disarankan untuk tetap mendengarkan masukan tersebut, tetapi juga mempertimbangkan visi pribadi dan potensi usaha yang akan dijalankan.
5. Utamakan pencapaian pribadi, selain mengikuti masukan dari orang lain, penting bagi calon wirausaha untuk fokus pada pencapaian pribadi dan membuat target yang jelas. Dengan begitu, setiap langkah usaha dapat diarahkan menuju keberhasilan yang berkelanjutan.

2. Untuk peneliti selanjutnya

Berikut saran untuk pengembangan penelitian di masa depan:

1. Kaji faktor pendukung yang lebih beragam, peneliti berikutnya dapat mempertimbangkan faktor lain, seperti pengaruh teknologi, kebijakan pemerintah, atau akses modal, untuk memberikan gambaran yang lebih lengkap tentang intensi berwirausaha.
2. Analisis mendalam tentang pengaruh *role model*, meskipun memiliki kenalan yang sukses berwirausaha berperan penting, perlu penelitian lebih lanjut untuk memahami bagaimana jenis hubungan (misalnya, teman dekat atau mentor) memengaruhi intensi individu untuk memulai usaha.
3. Eksplorasi lebih jauh tentang pencapaian diri, keinginan untuk memperbaiki diri bisa menjadi motivasi utama bagi calon wirausaha. Penelitian selanjutnya dapat mendalami bagaimana cara individu memanfaatkan masukan untuk meningkatkan strategi usaha atau mengatasi tantangan.

4. Peran norma sosial dalam konteks budaya, norma sosial cenderung bervariasi berdasarkan budaya. Penelitian di masa depan dapat mengeksplorasi bagaimana pandangan dari orang-orang terdekat berbeda dalam berbagai latar budaya, serta dampaknya pada intensi berwirausaha.
5. Perluasan populasi penelitian, penelitian ini dapat diperluas pada populasi yang lebih beragam, misalnya dari berbagai latar belakang ekonomi, usia, atau pendidikan, untuk mendapatkan wawasan yang lebih komprehensif tentang intensi berwirausaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Abbasianchavari, A., & Moritz, A. (2021). The Impact Of Role Models On Entrepreneurial Intentions And Behavior: A Review Of The Literature. *Management Review Quarterly*, 71(1), 1–40. <https://doi.org/10.1007/S11301-019-00179-0>
- Ajzen, I. (1991). The Theory Of Planned Behavior.
- Anwar At Al, I., Ahmad, A., Saleem, I., & Yasin, N. (2023). Role Of Entrepreneurship Education, Passion And Motivation In Augmenting Omani Students' Entrepreneurial Intention: A Stimulus-Organism-Response Approach. *International Journal Of Management Education*, 21(3). <https://doi.org/10.1016/J.Ijme.2023.10084>
- Arianty, Nel, Julita, & Bahagia, R. (2020). Pengaruh Self Efficacy Dalam Upaya Meningkatkan Kemandirian Usaha Ukm. *Ekonomikawan : Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Studi Pembangunan*, 20(2), 231–242. <https://doi.org/10.30596/Ekonomikawan.V%Vi%I.5697>
- Aviatri, P., & Nilasari, A. P. (2021). Analisis Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kelangsungan Usaha Perusahaan Dagang. *Accounthink : Journal Of Accounting And Finance*, 6(02), 194–205. Doi: <https://doi.org/10.35706/Acc.V6i02.5621>
- Bagia, K. M. S., Pangaribuan, C. H., Putra, O. P. B., & Hidayat, D. (2023). Self-Efficacy And Subjective Norm As Mediators In The Role Model And Entrepreneurial Intention Link (A Case Of Balinese Students). *E3s Web Of Conferences*, 1–9. <https://doi.org/10.1051/E3sconf/202338803032>
- Chandra, L. R., & Hidayah, N. (2024). Efikasi Diri Berwirausaha, Motivasi Berwirausaha, Dan Pemasaran Digital Terhadap Keberhasilan Usaha Kuliner. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 6(4), 974–982. Doi: <https://doi.org/10.24912/Jmk.V6i4.32742>
- Chin, J. W., Mustafa, M. J., & Nungsari, M. (2024). Subjective Norms Towards Entrepreneurship And Malaysian Students' Entrepreneurial Intentions: Does Gender Matter? *Asia Pacific Journal Of Innovation And Entrepreneurship*, 18(2), 195–208. <https://doi.org/10.1108/Apjie-09-2023-0180>
- Dewi, R. T. R., & Sabandi, M. (2024). Persepsi Dukungan Universitas Terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa Universitas Sebelas Maret. *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi, Dan Ilmu Sosial*, 18(1), 38–51. <https://doi.org/10.19184/Jpe.V18i1.46010>
- Fauzan, F. M., Eryanto, H., & Fadillah F, N. (2024). Pengaruh Norma Subjektif Dan Efikasi Diri Terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Administrasi Perkantoran Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. *Neraca Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(5), 42–50. <https://doi.org/10.572349/Neraca.V2i5.1387>

- Ferdinand, Augusty. 2014. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Skripsi, Tesis Dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 23*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handaru, A. W., Parimita, W., & Mufdhalifah, I. W. (2015). Membangun Intensi Berwirausaha Melalui Adversity Quotient, Self Efficacy, Dan Need For Achievement. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 17(2), 155–166. Doi: <https://doi.org/10.9744/jmk.17.2.165-176>
- Hartono, J., & Puspitowati, I. (2019). Pengaruh Attitude, Subjective Norms Dan Self Efficacy Terhadap Intensi Berwirausaha Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 1(2), 234–241. <https://doi.org/10.24912/jmk.V1i2.5083>
- Ie, M., & Visantia, E. (2013). Pengaruh Efikasi Diri Dan Motivasi Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Pemilik Toko Pakaian Di Pusat Grosir Metro Tanah Abang, Jakarta. *Jurnal Manajemen*, 13(1), 1–14. <https://doi.org/10.28932/jmm.V13i1.139>
- Ie, M., Karunia Tunjungsari, H. & Buana, S., (2024). Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan Dan Entrepreneurial Role Model Terhadap Intensi Kewirausahaan Pada Siswa Sekolah Luar Biasa. *Jurnal Serina Ekonomi Dan Bisnis*, 02(01), 8–13. <https://doi.org/10.24912/jseb.V2i1.30988>
- Indrianoro, Nur, Dan Bambang Supomo (2018), *Metodologi Penelitian Bisnis. Untuk Akuntansi Dan Manajemen*, Yogyakarta: Bpfe Ugm.
- Islami, N. N. (2015). Pengaruh Sikap Kewirausahaan, Norma Subyektif, Dan Efikasi Diri Terhadap Perilaku Berwirausaha Melalui Intensi Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 3(1), 5–21. <https://doi.org/10.26740/jepk.V3n1.P5-20>
- Kusmintarti, A., Riawanti, N. I., & Asdani, A. (2017). Pendidikan Kewirausahaan Dan Intensi Kewirausahaan Dengan Sikap Kewirausahaan Sebagai Mediasi. *Jurnal Riset Dan Aplikasi: Akuntansi Dan Manajemen*, 2(2), 119–128. <https://doi.org/10.18382/jraam.V2i2.160>
- Liñán, F., & Fayolle, A. (2015). A Systematic Literature Review On Entrepreneurial Intentions: Citation, Thematic Analyses, And Research Agenda. *International Entrepreneurship And Management Journal*, 11(4), 907–933. <https://doi.org/10.1007/S11365-015-0356-5>
- Machali, I. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. In A. Q. Habib (Ed.), *Laboratorium Penelitian Dan Pengembangan Farmaka Tropis Fakultas Farmasi Universitas Mualawarman, Samarinda, Kalimantan Timur. Fakultas Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan Universitas Islam Negeri (Uin) Sunan Kalijaga Yogyakarta*.

- Maheshwari, G. (2022). Entrepreneurial Intentions Of University Students In Vietnam: Integrated Model Of Social Learning, Human Motivation, And Tpb. *International Journal Of Management Education*, 20(3). <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2022.100714>
- Manaroinsong, J. (2013). *Metode Penelitian*. In November 2013 (1st ed., Issue17). CV. R.A.De.Rozarie.
- Meirani, & Lestari, L. P. (2022). Pengaruh Prestasi Dan Efikasi Diri Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fkip. *Jurnal Multidisiplin Dehasen*, 1(4), 469–472. <https://doi.org/10.37676/Mude.V1i4.2516>
- Mimiasri, Retsya, W. P. D., & Husna, L. (2023). Pengaruh Self Efficacy Dan Locus Of Control Terhadap Kinerja Pegawai Dinas Pendidikan Dan Kebudayaan Kota Banda Aceh. *Jurnal Humaniora*, 17(2), 421–432. <https://doi.org/10.30601/Humaniora.V7i2.4275>
- Mufaqoh, T., & Anisa, F. (2022). Pengaruh Self-Efficacy, Modal Usaha Dan Motivasi Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Empiris Ukm Bidang Perdagangan Di Kota Magelang). *Prosiding Seminar Nasional & Call For Paper Fakultas Ekonomi*, 1, 250–263. <http://jurnal.untidar.ac.id>
- Munawar, A. (2019). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Dan Self Efficacy Terhadap Minat Berwirausaha Siswa. *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan Kaluni*, 2, 398–406. <https://doi.org/10.30998/prokaluni.V2i0.105>
- Munir Et Al, H., Jianfeng, C., & Ramzan, S. (2019). Personality Traits And Theory Of Planned Behavior Comparison Of Entrepreneurial Intentions Between An Emerging Economy And A Developing Country. *International Journal Of Entrepreneurial Behaviour And Research*, 25(3), 554–580. <https://doi.org/10.1108/Ijeb-05-2018-0336>
- Murti, B. (2011). *Validitas Dan Reliabilitas Pengukuran*. Semarang: Uns.
- Nawu, A. Z. R., Diana, N., & Fakhriyyah, D. D. (2023). Pengaruh Adversity Quotient, Efikasi Diri, Dan Need For Achievement Terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Malang). *E_Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*, 12(2), 171–180. <https://jim.unisma.ac.id/index.php/jra/article/view/20528>
- Nguyen Et Al, A. T., Do, T. H. H., Vu, T. B. T., Dang, K. A., & Nguyen, H. L. (2019). Factors Affecting Entrepreneurial Intentions Among Youths In Vietnam. *Children And Youth Services Review*, 99, 186–193. <https://doi.org/10.1016/j.childyouth.2019.01.039>
- Novera, D. A., Santosa, P. B., & Marliyah, L. (2020). Pengaruh Model Peran Kewirausahaan Terhadap Sikap, Norma Subyektif, Dan Kontrol Perilaku. *Jurnal Bisnis & Kewirausahaan*, 16(2), 2020. <http://dx.doi.org/10.31940/jbk.V16i2.1999>

- Nurdin, Sahidillah, Weski, A., & Rahayu, Y. (2020). Efikasi Diri Dan Motivasi Dalam Upaya Meningkatkan Kinerja Karyawan Pemasaran. *Jurnal Sain Manajemen*, 2(1), 85–96. <https://doi.org/10.51977/Jsm.V2i1.210>
- Nurdwiratno, M. I., Eryanto, H., & Usman, O. (2023). Pengaruh *Locus Of Control* Dan Norma Subjektif Terhadap Intensi Berwirausaha Melalui Sikap Berwirausaha Pada Mahasiswa Fe Unj. *Sibatik Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 2(2), 583–596. <https://doi.org/10.54443/Sibatik.V2i2.616>
- Paramita, R. W. D., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif: Buku Ajar Perkuliahan Metodologi Penelitian Bagi Mahasiswa Akuntansi & Manajemen* (3rd ed.). Widya Gama Press Stie Widya Gama Lumajang.
- Pranata, H. S., & Denmark, D. (2021). Pengaruh Need For Achievement Dan *Locus Of Control* Terhadap Sikap Serta Dampaknya Terhadap Intensi Berwirausaha Siswa Smk Negeri 1 Batanghari. In *Eklektik: Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan* (Vol. 4). <http://dx.doi.org/10.24014/Ekl.V4i1.12600>
- Priadana, S., & Sunarsi, D. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif. In Universitas Nusantara PGRI Kediri (1st Ed., Vol. 01). Pascal Books.
- Purbawijaya, F., & Hidayah, N. (2021). Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Intensi Berwirausaha Pada Mahasiswa. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(4), 970–979. <https://doi.org/10.24912/Jmk.V3i4.13439>
- Rusdiyana, R. A., & Muttaqiyathun, A. (2022). Pengaruh Adversity Quotient, Efikasi Diri Dan Need For Achievement Terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa Program Studi. *Journal Of Syntax Literate*, 7(7).
- Santoso, S. A., & Handoyo, S. E. (2019). Pengaruh Sikap, Norma Subyektif, Kontrol Perilaku. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 1, 1–13. <https://doi.org/10.24912/Jmk.V1i1.2797>
- Soelaiman, L., Puspitowati, I., & Selamat, F. (2022). Peran Model Panutan Terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa Melalui Penerapan Teori Perilaku Terencana. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 6(2), 320–329. <https://doi.org/10.24912/Jmieb.V6i2.20387>
- Srimulyani, V. A., & Hermanto, Y. B. (2022). Impact Of Entrepreneurial Self-Efficacy And Entrepreneurial Motivation On Micro And Small Business Success For Food And Beverage Sector In East Java, Indonesia. *Economies*, 10(10), 1. <https://doi.org/10.3390/Economies10010010>
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Bandung: Cv. Alfabeta.

- Sun At Al, H., Ni, W., Teh, P. L., & Lo, C. (2020). The Systematic Impact Of Personal Characteristics On Entrepreneurial Intentions Of Engineering Students. *Frontiers In Psychology*, 11. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.01072>
- Suryana, Y. (2015). Metode penelitian manajemen pendidikan In jakarta (1st ed.). Pustaka setia.
- Wardana, D. W., & Ghofur, M. A. (2024). Pengaruh *Locus Of Control*, Need For Achievement, Dan Proactive Personality Terhadap Intensi Berwirausaha Siswa Sma Di Kabupaten Gresik. *Jurnal Promosi Jurnal Pendidikan Ekonomi Um Metro*, 12(1), 232–246. <http://dx.doi.org/10.24127/jp.v12i1.10418>
- Wijaya, T., & Kuncoro, A. M. (2015). Intensi Berwirausaha Mahasiswa: Perspektif Pengambilan Risiko. *Jurnal Siasat Bisnis*, 19(2), 109–123. <https://doi.org/10.20885/jsb.vol19.iss2.art2>
- Yolanda, Y. (2022). Intensi Berwirausaha Pada Generasi Milenial: Perspektif Kepribadian. *Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial*, 32(1), 118–139. <https://doi.org/10.23917/jpis.v32i1.18829>

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

KUESIONER PENELITIAN

DETERMINAN *SELF-EFFICACY* WIRAUSAHA TERHADAP INTENSI WIRAUSAHA DI KOTA BANDA ACEH

Kuesioner ini digunakan untuk pengumpulan data dalam rangka penelitian skripsi sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Program Studi Kewirausahaan Universitas Muhammadiyah Aceh. Sesuai dengan judul kuesioner, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui **Determinan *Self-Efficacy* Wirausaha Terhadap Intensi Wirausaha Di Kota Banda Aceh**. Peneliti mengharapkan kesediaan Anda untuk mengisi bagian pertama kuesioner ini secara lengkap serta memberikan penilaian atas persyaratan-persyaratan di bagian kedua kuesioner ini sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.

BAGIAN I: DATA DIRI RESPONDEN

Untuk keperluan validitas jawaban kuesioner dan analisis data, kami memerlukan data mengenai diri Anda sebagai pengisi kuesioner. Mengingat data dapat mempengaruhi keakuratan penelitian ini, peneliti mohon dengan sangat agar diisi dengan sebaik-baiknya. Bagian ini diisi dengan memberikan tanda check list (✓) pada kotak yang sesuai.

1. Jenis Kelamin

- ☐ Laki-Laki
☐ Perempuan

2. Usia

- ☐ <20 Tahun
☐ 20-30 Tahun
☐ >30 Tahun

3. Status Perkawinan

- ☐ Menikah
☐ Belum Menikah

4. Tingkat Pendidikan

- ☐ SLTA
☐ Sarjana (S1)
☐ Pascasarjana (S2)

BAGIAN PERTANYAAN PENELITIAN

Anda diminta memberikan pilihan respon pada pertanyaan terkait, dengan menandai tanda *check list* (✓) pada alternatif jawaban yang dianggap paling sesuai.

A. Intensi berwirausaha

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1	Saya bersedia menjadi seorang wirausaha.					
2	Menjadi wirausaha adalah tujuan utama karier saya.					
3	Saya berusaha mempersiapkan diri menjadi wirausaha.					
4	Saya berniat memulai usaha dalam waktu dekat.					
5	Saya sering memikirkan langkah-langkah untuk memulai usaha.					

B. Role Model

1	Orang terdekat saya mengenalkan saya pada dunia bisnis.					
2	Saya punya banyak teman yang sukses sebagai pengusaha.					
3	Saya belajar menetapkan tujuan dari pengusaha lainnya.					
4	Pengusaha yang menjadi panutan saya memotivasi saya menjadi pengusaha.					
5	Kisah sukses pengusaha panutan saya menginspirasi untuk memulai usaha.					

C. Need For Achievement

1	Saya berusaha menyelesaikan tugas dengan hasil terbaik.					
2	Saya ingin bertanggung jawab atas keputusan yang saya lakukan.					
3	Saya melihat pengalaman kerja sebagai peluang belajar.					
4	Saya ingin mendapat masukan untuk memperbaiki diri.					

D. Norma Subjektif

1	Orang-orang di sekitar saya menganggap wirausaha sebagai hal positif.					
2	Saya cenderung mengikuti pandangan orang terdekat tentang wirausaha.					
3	Memulai usaha akan mendapat penilaian baik dari masyarakat sekitar.					
4	Saya mendapat dukungan moral dari lingkungan untuk memulai usaha.					

Lampiran 2. Tabulasi Data

No. resp	Data Responden				Intensi Berwirausaha (Y)					Role Model (X1)					Need For Achievement (X2)				Norma Subjektif (X3)			
	Jenis Kelamin	Usia	Status Perkawinan	Tingkat Pendidikan	Y1	Y2	Y3	Y4	Y.5	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4
1	Laki-Laki	>30 Tahun	Belum Menikah	SLTA	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5
2	Laki-Laki	20-30 Tahun	Menikah	Pascasarjana (S2)	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	3	4	3
3	Laki-Laki	20-30 Tahun	Belum Menikah	Sarjana (S1)	4	3	4	3	4	3	2	2	3	2	4	3	4	3	4	2	2	2
4	Perempuan	>30 Tahun	Menikah	SLTA	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2
5	Perempuan	20-30 Tahun	Belum Menikah	Sarjana (S1)	4	4	4	4	4	3	3	4	4	2	4	4	4	4	5	5	5	2
6	Perempuan	20-30 Tahun	Belum Menikah	SLTA	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	2
7	Perempuan	>30 Tahun	Belum Menikah	Sarjana (S1)	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4
8	Laki-Laki	<20 Tahun	Belum Menikah	Sarjana (S1)	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	5
9	Perempuan	20-30 Tahun	Belum Menikah	Sarjana (S1)	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	2	2	2	4
10	Laki-Laki	20-30 Tahun	Menikah	SLTA	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	2	5
11	Laki-Laki	>30 Tahun	Menikah	Sarjana (S1)	4	4	4	3	4	5	4	5	4	5	4	3	4	3	4	4	4	4
12	Perempuan	20-30 Tahun	Belum Menikah	Sarjana (S1)	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	5
13	Laki-Laki	>30 Tahun	Menikah	SLTA	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	3	4	4	3	5
14	Laki-Laki	<20 Tahun	Belum Menikah	SLTA	5	5	5	5	5	2	3	2	3	2	5	5	5	3	5	5	5	5
15	Perempuan	>30 Tahun	Menikah	Sarjana (S1)	4	5	5	4	5	2	2	2	2	2	5	4	5	2	4	4	4	5
16	Perempuan	20-30 Tahun	Menikah	SLTA	5	5	5	5	5	3	3	2	2	2	5	5	5	2	3	5	5	5
17	Laki-Laki	<20 Tahun	Belum Menikah	SLTA	4	4	5	5	5	2	2	2	2	2	5	5	5	2	4	4	3	4
18	Perempuan	<20 Tahun	Menikah	Sarjana (S1)	4	5	5	5	5	2	2	2	3	2	5	5	5	3	5	5	5	5
19	Laki-Laki	<20 Tahun	Belum Menikah	SLTA	5	4	4	5	4	2	2	3	2	2	4	5	4	2	4	4	4	4
20	Perempuan	>30 Tahun	Menikah	SLTA	5	4	5	5	5	3	3	3	2	2	5	5	5	2	5	5	5	5
21	Laki-Laki	20-30 Tahun	Menikah	Sarjana (S1)	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	4	4	4	2	5	4	4	4
22	Laki-Laki	<20 Tahun	Belum Menikah	Sarjana (S1)	5	5	5	5	5	3	3	2	3	3	5	5	5	3	5	4	5	5
23	Perempuan	20-30 Tahun	Menikah	SLTA	5	5	4	4	4	2	2	2	2	2	4	4	4	2	5	5	5	5
24	Laki-Laki	<20 Tahun	Menikah	SLTA	4	5	4	5	5	2	2	2	2	2	4	5	5	2	4	4	5	5
25	Perempuan	20-30 Tahun	Belum Menikah	SLTA	4	5	5	5	5	2	2	2	2	2	5	5	5	2	4	5	5	5
26	Perempuan	<20 Tahun	Menikah	Sarjana (S1)	4	4	4	5	5	3	3	2	3	2	4	5	5	3	4	4	4	5

27	Perempuan	>30 Tahun	Belum Menikah	Sarjana (S1)	5	5	5	5	5	3	2	2	2	3	5	5	5	2	5	5	5	5
28	Perempuan	20-30 Tahun	Belum Menikah	Sarjana (S1)	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	3	4	5	4	5
29	Perempuan	<20 Tahun	Menikah	SLTA	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	3	5	4	5	4
30	Perempuan	<20 Tahun	Belum Menikah	Sarjana (S1)	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	2	5	5	4	4
31	Perempuan	20-30 Tahun	Belum Menikah	SLTA	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	2	4	4	4	5
32	Laki-Laki	20-30 Tahun	Menikah	Sarjana (S1)	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	2	5	5	5	5
33	Perempuan	<20 Tahun	Belum Menikah	Sarjana (S1)	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	2	4	5	4	4
34	Perempuan	>30 Tahun	Belum Menikah	SLTA	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	2	4	5	4	4
35	Laki-Laki	>30 Tahun	Belum Menikah	Sarjana (S1)	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	2	4	5	5	5
36	Perempuan	20-30 Tahun	Belum Menikah	SLTA	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	2	2	2	2	2
37	Perempuan	<20 Tahun	Menikah	Sarjana (S1)	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	2	4	4	4	4
38	Laki-Laki	20-30 Tahun	Belum Menikah	Sarjana (S1)	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	3	5	5
39	Perempuan	<20 Tahun	Menikah	Sarjana (S1)	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	2	4	4	4	3
40	Perempuan	>30 Tahun	Menikah	SLTA	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5
41	Laki-Laki	>30 Tahun	Menikah	Sarjana (S1)	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	3	4	5	4	4
42	Laki-Laki	20-30 Tahun	Menikah	Sarjana (S1)	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	3	4	3	4	3
43	Laki-Laki	20-30 Tahun	Belum Menikah	Sarjana (S1)	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	2	4	2	2	2
44	Laki-Laki	20-30 Tahun	Menikah	Sarjana (S1)	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	2	4	2	2	2
45	Laki-Laki	>30 Tahun	Belum Menikah	SLTA	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	3	4	5	5	5
46	Laki-Laki	<20 Tahun	Belum Menikah	SLTA	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	2	4	4	4	4
47	Laki-Laki	>30 Tahun	Menikah	Sarjana (S1)	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	4	5	5	5
48	Laki-Laki	>30 Tahun	Menikah	Sarjana (S1)	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	2	4	4	4	4
49	Perempuan	<20 Tahun	Menikah	Sarjana (S1)	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	2	5	5	5	4
50	Perempuan	>30 Tahun	Menikah	SLTA	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	2	4	2	2	2
51	Perempuan	<20 Tahun	Belum Menikah	SLTA	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	2	4	4	4	4
52	Laki-Laki	>30 Tahun	Menikah	Sarjana (S1)	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	2	5	3	5	5
53	Perempuan	20-30 Tahun	Menikah	SLTA	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	3
54	Laki-Laki	>30 Tahun	Belum Menikah	Sarjana (S1)	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	3	4	4	5
55	Perempuan	20-30 Tahun	Menikah	Sarjana (S1)	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	2
56	Laki-Laki	20-30 Tahun	Belum Menikah	Sarjana (S1)	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	2	4	4	4	2

57	Perempuan	<20 Tahun	Menikah	Sarjana (S1)	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	2	5	3	5	2
58	Laki-Laki	20-30 Tahun	Belum Menikah	Sarjana (S1)	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	2	4	4	4	4
59	Perempuan	<20 Tahun	Belum Menikah	SLTA	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5
60	Laki-Laki	>30 Tahun	Menikah	SLTA	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	3	5	4	4	4
61	Laki-Laki	20-30 Tahun	Menikah	Sarjana (S1)	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	3	5	5	5	5
62	Laki-Laki	<20 Tahun	Menikah	Sarjana (S1)	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	3	5	5	4	4
63	Perempuan	20-30 Tahun	Belum Menikah	SLTA	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	4	5
64	Perempuan	20-30 Tahun	Belum Menikah	SLTA	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	2	4	5	5	5
65	Perempuan	>30 Tahun	Belum Menikah	Sarjana (S1)	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	4	4	5
66	Laki-Laki	20-30 Tahun	Menikah	SLTA	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	5	4	5	5
67	Perempuan	<20 Tahun	Belum Menikah	SLTA	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	5	5	4	5
68	Perempuan	20-30 Tahun	Belum Menikah	Sarjana (S1)	2	2	2	4	2	2	2	2	4	2	2	4	2	4	4	2	2	4
69	Perempuan	<20 Tahun	Belum Menikah	Sarjana (S1)	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	3	3	2	3	4	3	2	5
70	Laki-Laki	>30 Tahun	Menikah	SLTA	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	5	2	2	4
71	Perempuan	>30 Tahun	Menikah	SLTA	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	5
72	Laki-Laki	<20 Tahun	Belum Menikah	SLTA	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	2	3	2	3	3	4	4
73	Laki-Laki	>30 Tahun	Belum Menikah	SLTA	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3	2	3	2	3	2	2	5	5
74	Perempuan	>30 Tahun	Belum Menikah	Sarjana (S1)	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	5
75	Perempuan	<20 Tahun	Belum Menikah	Sarjana (S1)	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	5
76	Perempuan	20-30 Tahun	Menikah	SLTA	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
77	Laki-Laki	>30 Tahun	Belum Menikah	SLTA	3	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2
78	Laki-Laki	>30 Tahun	Belum Menikah	Sarjana (S1)	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4
79	Laki-Laki	20-30 Tahun	Menikah	Sarjana (S1)	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	5
80	Laki-Laki	<20 Tahun	Menikah	Sarjana (S1)	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2	2	2	2	2	3
81	Laki-Laki	20-30 Tahun	Menikah	Sarjana (S1)	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	5	5	5	5
82	Laki-Laki	20-30 Tahun	Menikah	Sarjana (S1)	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	5	5	4	4
83	Laki-Laki	<20 Tahun	Belum Menikah	SLTA	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	5	5	4	5
84	Laki-Laki	<20 Tahun	Menikah	SLTA	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	5	5	5
85	Laki-Laki	>30 Tahun	Belum Menikah	SLTA	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	3	2	3	4	4	4	5
86	Laki-Laki	<20 Tahun	Menikah	Sarjana (S1)	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	5	4	5	3

87	Laki-Laki	20-30 Tahun	Menikah	SLTA	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	5	5	4	4	
88	Laki-Laki	>30 Tahun	Belum Menikah	Sarjana (S1)	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	4	2	2	2	
89	Laki-Laki	20-30 Tahun	Menikah	Sarjana (S1)	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	4	3	2	3	
90	Perempuan	<20 Tahun	Belum Menikah	Sarjana (S1)	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	5	2	2	2	
91	Laki-Laki	20-30 Tahun	Menikah	Sarjana (S1)	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
92	Laki-Laki	20-30 Tahun	Belum Menikah	Sarjana (S1)	5	5	4	5	4	2	2	2	2	4	4	4	4	3	3	4	4	
93	Perempuan	20-30 Tahun	Belum Menikah	Sarjana (S1)	5	3	4	5	3	5	3	4	4	3	3	5	5	3	2	2	5	3
94	Laki-Laki	>30 Tahun	Belum Menikah	Sarjana (S1)	4	2	2	4	2	4	2	2	2	2	4	4	3	4	2	2	4	4
95	Laki-Laki	>30 Tahun	Belum Menikah	SLTA	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	5	5	5	5	2	2	4	5
96	Laki-Laki	>30 Tahun	Belum Menikah	SLTA	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	2	2	2	2
97	Perempuan	20-30 Tahun	Menikah	Sarjana (S1)	5	4	4	5	4	5	4	4	4	3	5	5	5	5	3	2	2	2
98	Perempuan	>30 Tahun	Menikah	SLTA	3	4	3	3	4	3	4	3	2	5	5	4	4	5	2	2	2	2
99	Perempuan	<20 Tahun	Menikah	SLTA	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	5	4	5	5	2	2	2	2
100	Laki-Laki	>30 Tahun	Belum Menikah	Sarjana (S1)	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	5	5	5	5	2	2	2	2

Lampiran 3. Karakteristik responden

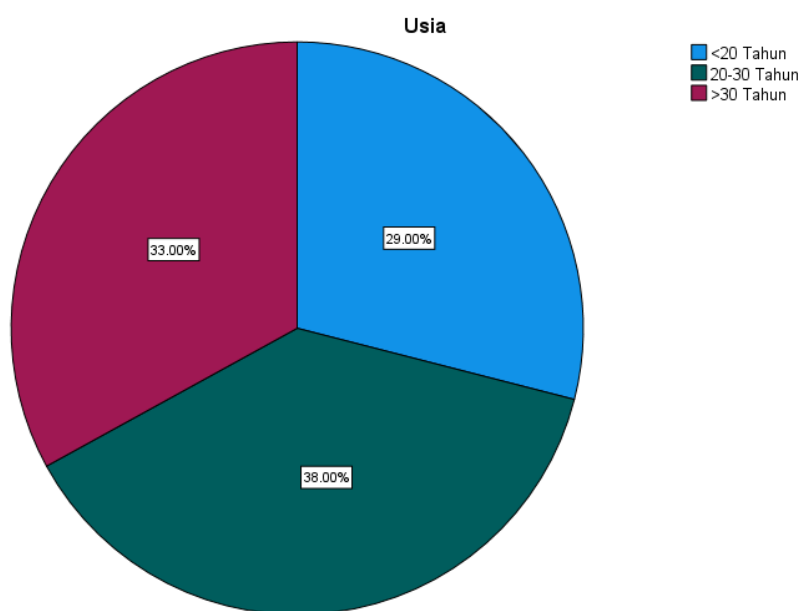
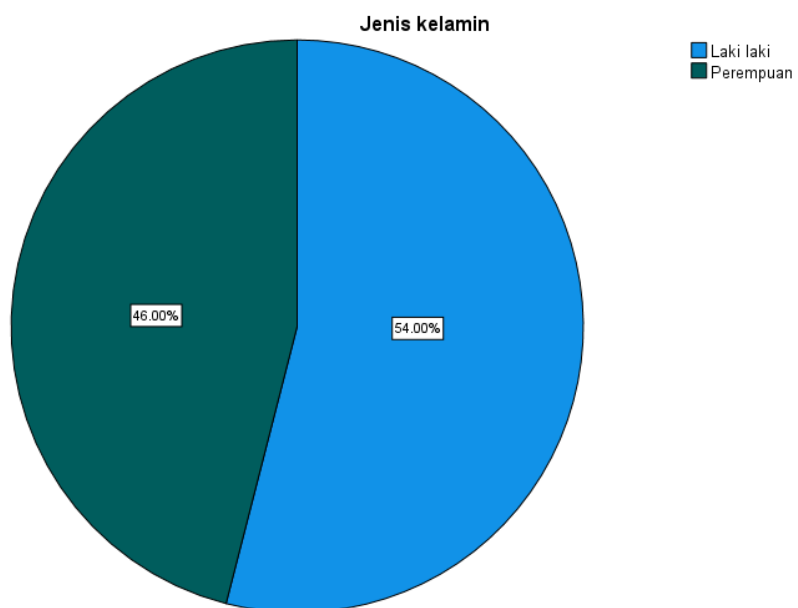
		Statistics			
		Jenis kelamin	Usia	Status Perkawinan	Tingkat pendidikan
N	Valid	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0
Mean		1.46	2.04	1.52	1.58
Std. Deviation		.501	.790	.502	.516

Jenis kelamin					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki laki	54	54.0	54.0	54.0
	Perempuan	46	46.0	46.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

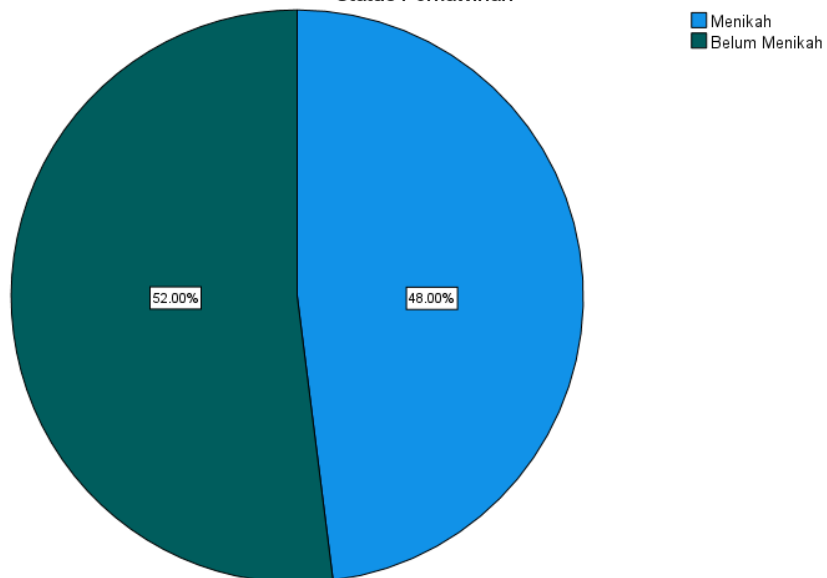
Usia					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<20 Tahun	29	29.0	29.0	29.0
	20-30 Tahun	38	38.0	38.0	67.0
	>30 Tahun	33	33.0	33.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Status Perkawinan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Menikah	48	48.0	48.0	48.0
	Belum Menikah	52	52.0	52.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

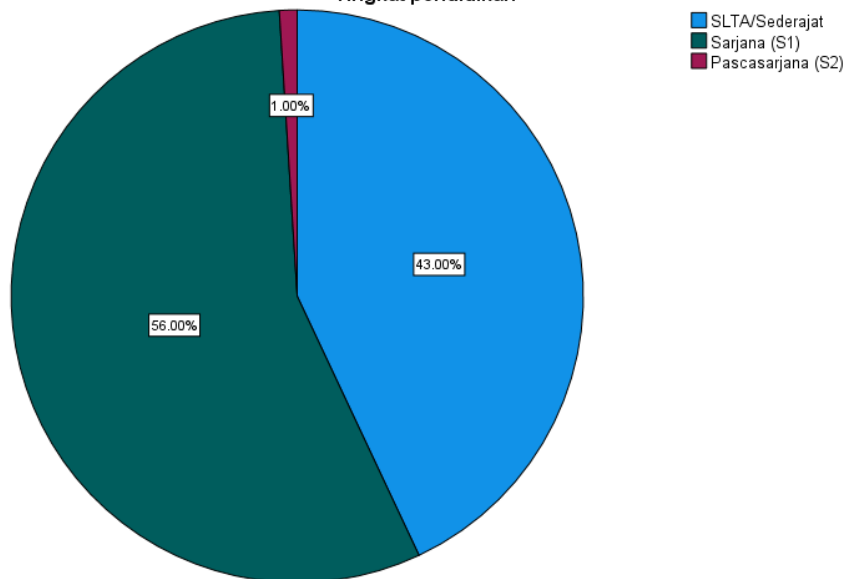
Tingkat pendidikan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SLTA/Sederajat	43	43.0	43.0	43.0
	Sarjana (S1)	56	56.0	56.0	99.0
	Pascasarjana (S2)	1	1.0	1.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	



Status Perkawinan



Tingkat pendidikan



Lampiran 4. Frekuensi Variabel

Lampiran 4.1. Intensi berwirausaha

		Statistics				Saya sering memikirkan langkah-langkah untuk memulai usaha.
		Saya bersedia menjadi seorang wirausaha.	Menjadi wirausaha adalah tujuan utama karier saya.	Saya berusaha mempersiapkan diri menjadi wirausaha.	Saya berniat memulai usaha dalam waktu dekat.	
N	Valid	100	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		3.74	3.78	3.77	3.88	3.76

Saya bersedia menjadi seorang wirausaha.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	24	24.0	24.0	24.0
	KS	7	7.0	7.0	31.0
	S	40	40.0	40.0	71.0
	SS	29	29.0	29.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Menjadi wirausaha adalah tujuan utama karier saya.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	27	27.0	27.0	27.0
	KS	7	7.0	7.0	34.0
	S	27	27.0	27.0	61.0
	SS	39	39.0	39.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Saya berusaha mempersiapkan diri menjadi wirausaha.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	25	25.0	25.0	25.0
	KS	8	8.0	8.0	33.0
	S	32	32.0	32.0	65.0
	SS	35	35.0	35.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Saya berniat memulai usaha dalam waktu dekat.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	23	23.0	23.0	23.0
	KS	9	9.0	9.0	32.0
	S	25	25.0	25.0	57.0
	SS	43	43.0	43.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Saya sering memikirkan langkah-langkah untuk memulai usaha.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	27	27.0	27.0	27.0
	KS	5	5.0	5.0	32.0
	S	33	33.0	33.0	65.0
	SS	35	35.0	35.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Lampiran 4.2. *Role Model*

		Statistics				
		Orang terdekat saya mengenalkan saya pada dunia bisnis.	Saya punya banyak teman yang sukses sebagai pengusaha.	Saya belajar menetapkan tujuan dari pengusaha lainnya.	Pengusaha yang menjadi panutan saya memotivasi saya menjadi pengusaha.	Kisah sukses pengusaha panutan saya menginspirasi untuk memulai usaha.
N	Valid	100	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		3.48	3.46	3.53	3.50	3.50

Orang terdekat saya mengenalkan saya pada dunia bisnis.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	34	34.0	34.0	34.0
	KS	14	14.0	14.0	48.0
	S	22	22.0	22.0	70.0
	SS	30	30.0	30.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Saya punya banyak teman yang sukses sebagai pengusaha.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	40	40.0	40.0	40.0
	KS	9	9.0	9.0	49.0
	S	16	16.0	16.0	65.0
	SS	35	35.0	35.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Saya belajar menetapkan tujuan dari pengusaha lainnya.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	38	38.0	38.0	38.0
	KS	11	11.0	11.0	49.0
	S	11	11.0	11.0	60.0
	SS	40	40.0	40.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Pengusaha yang menjadi panutan saya memotivasi saya menjadi pengusaha.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	36	36.0	36.0	36.0
	KS	11	11.0	11.0	47.0
	S	20	20.0	20.0	67.0
	SS	33	33.0	33.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Kisah sukses pengusaha panutan saya menginspirasi untuk memulai usaha.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	39	39.0	39.0	39.0
	KS	8	8.0	8.0	47.0
	S	17	17.0	17.0	64.0
	SS	36	36.0	36.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Lampiran 4.3. *Need for achievement*

		Statistics			
		Saya berusaha menyelesaikan tugas dengan hasil terbaik.	Saya ingin bertanggung jawab atas keputusan yang saya lakukan.	Saya melihat pengalaman kerja sebagai peluang belajar.	Saya ingin mendapat masukan untuk memperbaiki diri.
N	Valid	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0
Mean		3.88	3.93	3.86	2.73

Saya berusaha menyelesaikan tugas dengan hasil terbaik.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	22	22.0	22.0	22.0
	KS	7	7.0	7.0	29.0
	S	32	32.0	32.0	61.0
	SS	39	39.0	39.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Saya ingin bertanggung jawab atas keputusan yang saya lakukan.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	21	21.0	21.0	21.0
	KS	8	8.0	8.0	29.0
	S	28	28.0	28.0	57.0
	SS	43	43.0	43.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Saya melihat pengalaman kerja sebagai peluang belajar.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	24	24.0	24.0	24.0
	KS	5	5.0	5.0	29.0
	S	32	32.0	32.0	61.0
	SS	39	39.0	39.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Saya ingin mendapat masukan untuk memperbaiki diri.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	57	57.0	57.0	57.0
	KS	22	22.0	22.0	79.0
	S	12	12.0	12.0	91.0
	SS	9	9.0	9.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

lampiran 4.4. *Subjective norms*

		Statistics			
		Orang-orang di sekitar saya menganggap wirausaha sebagai hal positif.	Saya cenderung mengikuti pandangan orang terdekat tentang wirausaha.	Memulai usaha akan mendapat penilaian baik dari masyarakat sekitar.	Saya mendapat dukungan moral dari lingkungan untuk memulai usaha.
N	Valid	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0
Mean		3.85	3.63	3.76	3.94

Orang-orang di sekitar saya menganggap wirausaha sebagai hal positif.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	20	20.0	20.0	20.0
	KS	8	8.0	8.0	28.0
	S	39	39.0	39.0	67.0
	SS	33	33.0	33.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Saya cenderung mengikuti pandangan orang terdekat tentang wirausaha.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	30	30.0	30.0	30.0
	KS	9	9.0	9.0	39.0
	S	29	29.0	29.0	68.0
	SS	32	32.0	32.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Memulai usaha akan mendapat penilaian baik dari masyarakat sekitar.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	26	26.0	26.0	26.0
	KS	4	4.0	4.0	30.0
	S	38	38.0	38.0	68.0
	SS	32	32.0	32.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Saya mendapat dukungan moral dari lingkungan untuk memulai usaha.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	21	21.0	21.0	21.0
	KS	8	8.0	8.0	29.0
	S	27	27.0	27.0	56.0
	SS	44	44.0	44.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Lampiran 5. Uji Validitas dan Reliabilitas

A. Uji Validitas

a. Intensi berwirausaha

		Correlations					
		Saya bersedia menjadi seorang wirausaha.	Menjadi wirausaha adalah tujuan utama karier saya.	Saya berusaha mempersiapkan diri menjadi wirausaha.	Saya berniat memulai usaha dalam waktu dekat.	Saya sering memikirkan langkah-langkah untuk memulai usaha.	Intensi berwirausaha
Saya bersedia menjadi seorang wirausaha.	Pearson Correlation	1	.858**	.876**	.867**	.845**	.933**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Menjadi wirausaha adalah tujuan utama karier saya.	Pearson Correlation	.858**	1	.893**	.853**	.925**	.953**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Saya berusaha mempersiapkan diri menjadi wirausaha.	Pearson Correlation	.876**	.893**	1	.872**	.925**	.959**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Saya berniat memulai usaha dalam waktu dekat.	Pearson Correlation	.867**	.853**	.872**	1	.907**	.946**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Saya sering memikirkan langkah-langkah untuk memulai usaha.	Pearson Correlation	.845**	.925**	.925**	.907**	1	.968**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Intensi berwirausaha	Pearson Correlation	.933**	.953**	.959**	.946**	.968**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

b. Role Model

		Correlations					
		Orang terdekat saya mengenalkan saya pada dunia bisnis.	Saya punya banyak teman yang sukses sebagai pengusaha.	Saya belajar menetapkan tujuan dari pengusaha lainnya.	Pengusaha yang menjadi panutan saya memotivasi saya menjadi pengusaha.	Kisah sukses pengusaha panutan saya menginspirasi untuk memulai usaha.	Role Model
Orang terdekat saya mengenalkan saya pada dunia bisnis.	Pearson Correlation	1	.923**	.893**	.868**	.825**	.949**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Saya punya banyak teman yang sukses sebagai pengusaha.	Pearson Correlation	.923**	1	.914**	.894**	.880**	.972**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Saya belajar menetapkan tujuan dari pengusaha lainnya.	Pearson Correlation	.893**	.914**	1	.906**	.851**	.962**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Pengusaha yang menjadi panutan saya memotivasi saya menjadi pengusaha.	Pearson Correlation	.868**	.894**	.906**	1	.805**	.942**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Kisah sukses pengusaha panutan saya menginspirasi untuk memulai usaha.	Pearson Correlation	.825**	.880**	.851**	.805**	1	.920**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Role Model	Pearson Correlation	.949**	.972**	.962**	.942**	.920**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

c. *Need for achievement*

		Correlations				
		Saya berusaha menyelesaikan tugas dengan hasil terbaik.	Saya ingin bertanggung jawab atas keputusan yang saya lakukan.	Saya melihat pengalaman kerja sebagai peluang belajar.	Saya ingin mendapat masukan untuk memperbaiki diri.	Need For Achievement
Saya berusaha menyelesaikan tugas dengan hasil terbaik.	Pearson Correlation	1	.870**	.912**	.244*	.924**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.014	.000
	N	100	100	100	100	100
Saya ingin bertanggung jawab atas keputusan yang saya lakukan.	Pearson Correlation	.870**	1	.932**	.298**	.945**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.003	.000
	N	100	100	100	100	100
Saya melihat pengalaman kerja sebagai peluang belajar.	Pearson Correlation	.912**	.932**	1	.226*	.939**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.024	.000
	N	100	100	100	100	100
Saya ingin mendapat masukan untuk memperbaiki diri.	Pearson Correlation	.244*	.298**	.226*	1	.500**
	Sig. (2-tailed)	.014	.003	.024		.000
	N	100	100	100	100	100
Need For Achievement	Pearson Correlation	.924**	.945**	.939**	.500**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

d. Subjective norms

		Correlations				
		Orang-orang di sekitar saya menganggap wirausaha sebagai hal positif.	Saya cenderung mengikuti pandangan orang terdekat tentang wirausaha.	Memulai usaha akan mendapat penilaian baik dari masyarakat sekitar.	Saya mendapat dukungan moral dari lingkungan untuk memulai usaha.	Norma Subjektif
Orang-orang di sekitar saya menganggap wirausaha sebagai hal positif.	Pearson Correlation	1	.676**	.534**	.166	.734**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.098	.000
	N	100	100	100	100	100
Saya cenderung mengikuti pandangan orang terdekat tentang wirausaha.	Pearson Correlation	.676**	1	.748**	.465**	.906**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Memulai usaha akan mendapat penilaian baik dari masyarakat sekitar.	Pearson Correlation	.534**	.748**	1	.523**	.878**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Saya mendapat dukungan moral dari lingkungan untuk memulai usaha.	Pearson Correlation	.166	.465**	.523**	1	.679**
	Sig. (2-tailed)	.098	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Norma Subjektif	Pearson Correlation	.734**	.906**	.878**	.679**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

B. Uji Reliabilitas

a. Intensi Berwirausaha

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.974	5

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Saya bersedia menjadi seorang wirausaha.	3.74	1.125	100
Menjadi wirausaha adalah tujuan utama karier saya.	3.78	1.227	100
Saya berusaha mempersiapkan diri menjadi wirausaha.	3.77	1.179	100
Saya berniat memulai usaha dalam waktu dekat.	3.88	1.200	100
Saya sering memikirkan langkah-langkah untuk memulai usaha.	3.76	1.199	100

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Saya bersedia menjadi seorang wirausaha.	15.19	21.287	.897	.972
Menjadi wirausaha adalah tujuan utama karier saya.	15.15	20.169	.924	.968
Saya berusaha mempersiapkan diri menjadi wirausaha.	15.16	20.479	.936	.966
Saya berniat memulai usaha dalam waktu dekat.	15.05	20.492	.914	.969
Saya sering memikirkan langkah-langkah untuk memulai usaha.	15.17	20.203	.949	.964

b. Role model

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.972	5

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Orang terdekat saya mengenalkan saya pada dunia bisnis.	3.48	1.243	100
Saya punya banyak teman yang sukses sebagai pengusaha.	3.46	1.329	100
Saya belajar menetapkan tujuan dari pengusaha lainnya.	3.53	1.352	100
Pengusaha yang menjadi panutan saya memotivasi saya menjadi pengusaha.	3.50	1.283	100
Kisah sukses pengusaha panutan saya menginspirasi untuk memulai usaha.	3.50	1.330	100

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Orang terdekat saya mengenalkan saya pada dunia bisnis.	13.99	25.404	.921	.966
Saya punya banyak teman yang sukses sebagai pengusaha.	14.01	24.232	.955	.960
Saya belajar menetapkan tujuan dari pengusaha lainnya.	13.94	24.178	.939	.962
Pengusaha yang menjadi panutan saya memotivasi saya menjadi pengusaha.	13.97	25.141	.910	.967
Kisah sukses pengusaha panutan saya menginspirasi untuk memulai usaha.	13.97	25.080	.875	.973

c. *Need for achievement*

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.859	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Saya berusaha menyelesaikan tugas dengan hasil terbaik.	3.88	1.157	100
Saya ingin bertanggung jawab atas keputusan yang saya lakukan.	3.93	1.166	100
Saya melihat pengalaman kerja sebagai peluang belajar.	3.86	1.181	100
Saya ingin mendapat masukan untuk memperbaiki diri.	2.73	.993	100

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Saya berusaha menyelesaikan tugas dengan hasil terbaik.	10.52	7.525	.850	.754
Saya ingin bertanggung jawab atas keputusan yang saya lakukan.	10.47	7.302	.889	.736
Saya melihat pengalaman kerja sebagai peluang belajar.	10.54	7.281	.877	.741
Saya ingin mendapat masukan untuk memperbaiki diri.	11.67	11.496	.264	.966

d. Subjective norms

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.814	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Orang-orang di sekitar saya menganggap wirausaha sebagai hal positif.	3.85	1.095	100
Saya cenderung mengikuti pandangan orang terdekat tentang wirausaha.	3.63	1.220	100
Memulai usaha akan mendapat penilaian baik dari masyarakat sekitar.	3.76	1.164	100
Saya mendapat dukungan moral dari lingkungan untuk memulai usaha.	3.94	1.171	100

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Orang-orang di sekitar saya menganggap wirausaha sebagai hal positif.	11.33	9.092	.544	.805
Saya cenderung mengikuti pandangan orang terdekat tentang wirausaha.	11.55	7.139	.807	.675
Memulai usaha akan mendapat penilaian baik dari masyarakat sekitar.	11.42	7.620	.764	.701
Saya mendapat dukungan moral dari lingkungan untuk memulai usaha.	11.24	9.336	.445	.850

Lampiran 6. Regresi linear berganda

A. Uji Parsial (t)

		Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.494	1.284		-3.500	.001		
	Role Model	.242	.050	.266	4.826	.000	.634	1.578
	Need For Achievement	.933	.084	.624	11.153	.000	.617	1.620
	Norma Subjektif	.379	.068	.250	5.550	.000	.950	1.053

B. Uji Simultan (f)

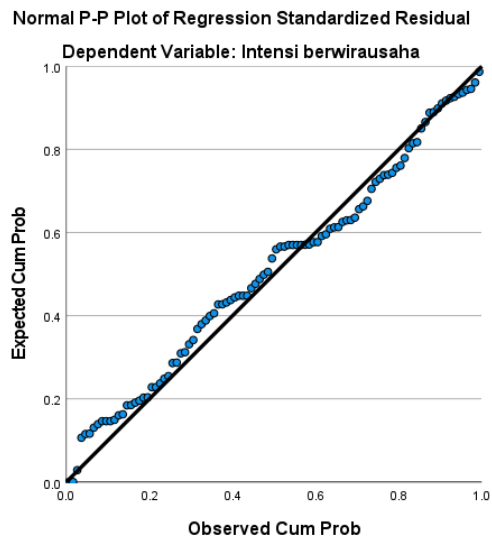
		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2569.350	3	856.450	140.507	.000 ^b
	Residual	585.160	96	6.095		
	Total	3154.510	99			

C. Uji koefisien determinasi (r^2)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.902 ^a	.815	.809	2.469	.863

Lampiran 7. Uji Asumsi Klasik

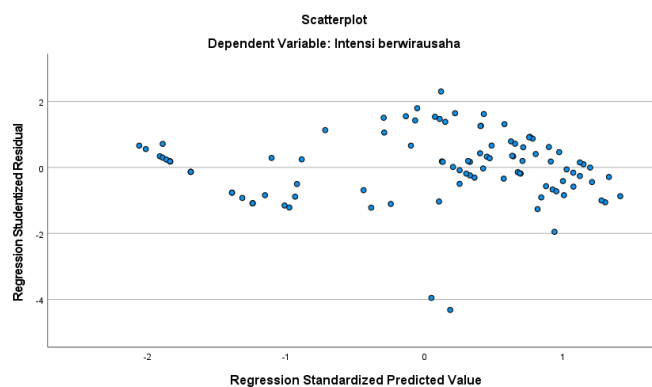
A. Uji Normalitas



B. Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.494	1.284		-3.500	.001		
	Role Model	.242	.050	.266	4.826	.000	.634	1.578
	Need For Achievement	.933	.084	.624	11.153	.000	.617	1.620
	Norma Subjektif	.379	.068	.250	5.550	.000	.950	1.053

C. Uji Heteroskedastisitas



Lampiran 8. Distribusi nilai F tabel

df=(n-k)	2	3	df=(n-k)	2	3	df=(n-k)	2	3
1	199	216	34	3.28	2.88	67	3.13	2.74
2	19.00	19.16	35	3.27	2.87	68	3.13	2.74
3	9.55	9.28	36	3.26	2.87	69	3.13	2.74
4	6.94	6.59	37	3.25	2.86	70	3.13	2.74
5	5.79	5.41	38	3.24	2.85	71	3.12	2.73
6	5.14	4.76	39	3.24	2.85	72	3.12	2.73
7	4.74	4.35	40	3.23	2.84	73	3.12	2.73
8	4.46	4.07	41	3.23	2.83	74	3.12	2.73
9	4.26	3.86	42	3.22	2.83	75	3.12	2.73
10	4.10	3.71	43	3.21	2.82	76	3.12	2.72
11	3.98	3.59	44	3.21	2.82	77	3.11	2.72
12	3.89	3.49	45	3.20	2.81	78	3.11	2.72
13	3.81	3.41	46	3.20	2.81	79	3.11	2.72
14	3.74	3.34	47	3.20	2.80	80	3.11	2.72
15	3.68	3.29	48	3.19	2.80	81	3.11	2.72
16	3.63	3.24	49	3.19	2.79	82	3.11	2.72
17	3.59	3.20	50	3.18	2.79	83	3.11	2.71
18	3.55	3.16	51	3.18	2.79	84	3.10	2.71
19	3.52	3.13	52	3.18	2.78	85	3.10	2.71
20	3.49	3.10	53	3.17	2.78	86	3.10	2.71
21	3.47	3.07	54	3.17	2.78	87	3.10	2.71
22	3.44	3.05	55	3.16	2.77	88	3.10	2.71
23	3.42	3.03	56	3.16	2.77	89	3.10	2.71
24	3.40	3.01	57	3.16	2.77	90	3.10	2.71
25	3.39	2.99	58	3.16	2.76	91	3.10	2.70
26	3.37	2.98	59	3.15	2.76	92	3.10	2.70
27	3.35	2.96	60	3.15	2.76	93	3.09	2.70
28	3.34	2.95	61	3.15	2.76	94	3.09	2.70
29	3.33	2.93	62	3.15	2.75	95	3.09	2.70
30	3.32	2.92	63	3.14	2.75	96	3.09	2.70
31	3.30	2.91	64	3.14	2.75	97	3.09	2.70
32	3.29	2.90	65	3.14	2.75	98	3.09	2.70
33	3.28	2.89	66	3.14	2.74	99	3.09	2.70

Lampiran 9. Distribusi nilai T tabel

df=(n-k)	90%	95%	df=(n-k)	90%	95%	df=(n-k)	90%	95%
1	6.314	12.706	41	1.683	2.020	81	1.664	1.990
2	2.920	4.303	42	1.682	2.018	82	1.664	1.989
3	2.353	3.182	43	1.681	2.017	83	1.663	1.989
4	2.132	2.776	44	1.680	2.015	84	1.663	1.989
5	2.015	2.571	45	1.679	2.014	85	1.663	1.988
6	1.943	2.447	46	1.679	2.014	86	1.663	1.988
7	1.895	2.365	47	1.678	2.013	87	1.663	1.988
8	1.860	2.306	48	1.677	2.012	88	1.662	1.987
9	1.833	2.262	49	1.677	2.011	89	1.662	1.987
10	1.812	2.228	50	1.676	2.010	90	1.662	1.987
11	1.796	2.201	51	1.675	2.008	91	1.662	1.986
12	1.782	2.179	52	1.675	2.007	92	1.662	1.986
13	1.771	2.160	53	1.674	2.006	93	1.661	1.986
14	1.761	2.145	54	1.674	2.005	94	1.661	1.986
15	1.753	2.131	55	1.673	2.004	95	1.661	1.985
16	1.746	2.120	56	1.673	2.003	96	1.661	1.985
17	1.740	2.110	57	1.672	2.002	97	1.661	1.985
18	1.734	2.101	58	1.672	2.002	98	1.661	1.984
19	1.729	2.093	59	1.671	2.001	99	1.660	1.984
20	1.725	2.086	60	1.671	2.000	100	1.660	1.984
21	1.721	2.080	61	1.670	2.000	101	1.660	1.984
22	1.717	2.074	62	1.670	1.999	102	1.660	1.983
23	1.714	2.069	63	1.669	1.998	103	1.660	1.983
24	1.711	2.064	64	1.669	1.998	104	1.660	1.000
25	1.708	2.060	65	1.669	1.997	105	1.659	1.983
26	1.706	2.056	66	1.668	1.997	106	1.659	1.983
27	1.703	2.052	67	1.668	1.996	107	1.659	1.982
28	1.701	2.048	68	1.668	1.995	108	1.659	1.982
29	1.699	2.045	69	1.667	1.995	109	1.659	1.982
30	1.697	2.042	70	1.667	1.994	110	1.659	1.982
31	1.696	2.040	71	1.667	1.995	111	1.659	1.982
32	1.694	2.037	72	1.666	1.993	112	1.659	1.981
33	1.692	2.035	73	1.666	1.993	113	1.658	1.981
34	1.691	2.032	74	1.666	1.993	114	1.658	1.981
35	1.690	2.030	75	1.665	1.992	115	1.658	1.981
36	1.688	2.028	76	1.665	1.992	116	1.658	1.981
37	1.687	2.026	77	1.665	1.991	117	1.658	1.980
38	1.686	2.024	78	1.665	1.991	118	1.658	1.980
39	1.685	2.023	79	1.664	1.990	119	1.658	1.980
40	1.684	2.021	80	1.664	1.990	120	1.658	1.980

Lampiran 10. Distribusi nilai R tabel

Df = N-2	Nilai signifikansi		Df = N-2	Nilai signifikansi		Df = N-2	Nilai signifikansi	
	5%	1%		5%	1%		5%	1%
1	0.9969	0.9995	41	0.3008	0.3536	81	0.2159	0.2550
2	0.9500	0.9800	42	0.2973	0.3496	82	0.2146	0.2535
3	0.8783	0.9343	43	0.2940	0.3457	83	0.2133	0.2520
4	0.8114	0.8822	44	0.2907	0.3420	84	0.2120	0.2505
5	0.7545	0.8329	45	0.2876	0.3384	85	0.2108	0.2491
6	0.7067	0.7887	46	0.2845	0.3348	86	0.2096	0.2477
7	0.6664	0.7498	47	0.2816	0.3314	87	0.2084	0.2463
8	0.6319	0.7155	48	0.2787	0.3281	88	0.2072	0.2449
9	0.6021	0.6851	49	0.2759	0.3249	89	0.2061	0.2435
10	0.5760	0.6581	50	0.2732	0.3218	90	0.2050	0.2422
11	0.5529	0.6339	51	0.2706	0.3188	91	0.2039	0.2409
12	0.5324	0.6120	52	0.2681	0.3158	92	0.2028	0.2396
13	0.5140	0.5923	53	0.2656	0.3129	93	0.2017	0.2384
14	0.4973	0.5742	54	0.2632	0.3102	94	0.2006	0.2371
15	0.4821	0.5577	55	0.2609	0.3074	95	0.1996	0.2359
16	0.4683	0.5425	56	0.2586	0.3048	96	0.1986	0.2347
17	0.4555	0.5285	57	0.2564	0.3022	97	0.1975	0.2335
18	0.4438	0.5155	58	0.2542	0.2997	98	0.1966	0.2324
19	0.4329	0.5034	59	0.2521	0.2972	99	0.1956	0.2312
20	0.4227	0.4921	60	0.2500	0.2948	100	0.1946	0.2301
21	0.4132	0.4815	61	0.2480	0.2925	101	0.1937	0.2290
22	0.4044	0.4716	62	0.2461	0.2902	102	0.1927	0.2279
23	0.3961	0.4622	63	0.2441	0.2880	103	0.1918	0.2268
24	0.3882	0.4534	64	0.2423	0.2858	104	0.1909	0.2257
25	0.3809	0.4451	65	0.2404	0.2837	105	0.1900	0.2247
26	0.3739	0.4372	66	0.2387	0.2816	106	0.1891	0.2236
27	0.3673	0.4297	67	0.2369	0.2796	107	0.1882	0.2226
28	0.3610	0.4226	68	0.2352	0.2776	108	0.1874	0.2216
29	0.3550	0.4158	69	0.2335	0.2756	109	0.1865	0.2206
30	0.3494	0.4093	70	0.2319	0.2737	110	0.1857	0.2196
31	0.3440	0.4032	71	0.2303	0.2718	111	0.1848	0.2186
32	0.3388	0.3972	72	0.2287	0.2700	112	0.1840	0.2177
33	0.3338	0.3916	73	0.2272	0.2682	113	0.1832	0.2167
34	0.3291	0.3862	74	0.2257	0.2664	114	0.1824	0.2158
35	0.3246	0.3810	75	0.2242	0.2647	115	0.1816	0.2149
36	0.3202	0.3760	76	0.2227	0.2630	116	0.1809	0.2139
37	0.3160	0.3712	77	0.2213	0.2613	117	0.1801	0.2131
38	0.3120	0.3665	78	0.2199	0.2597	118	0.1793	0.2122
39	0.3081	0.3621	79	0.2185	0.2581	119	0.1786	0.2113
40	0.3044	0.3578	80	0.2172	0.2565	120	0.1779	0.2104