**PENGARUH *ENTREPRENEURIAL PERSONAL MOTIVATION*
TERHADAP *ENTREPRENEURIAL INTENTION* MELALUI
ENTREPRENEURIAL ATTITUDE DAN *ENTREPRENEURIAL*
SELF-EFFICACY SEBAGAI MEDIATOR**

TESIS

**OLEH
EKO PRASETYO
NIM. 160415866015**

**UNIVERSITAS NEGERI MALANG
PASCA SARJANA
PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS DAN MANAJEMEN
DESEMBER 2018**

**PENGARUH *ENTREPRENEURIAL PERSONAL MOTIVATION*
TERHADAP *ENTREPRENEURIAL INTENTION* MELALUI
ENTREPRENEURIAL ATTITUDE DAN *ENTREPRENEURIAL*
SELF-EFFICACY SEBAGAI MEDIATOR**

TESIS

Diajukan kepada

Universitas Negeri Malang

Untuk memenuhi salah satu persyaratan

Dalam menyelesaikan program Magister

Pendidikan Bisnis dan Manajemen

OLEH

EKO PRASETYO

NIM. 160415866015

**UNIVERSITAS NEGERI MALANG
PASCA SARJANA
PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS DAN MANAJEMEN
DESEMBER 2018**

LEMBAR PERSETUJUAN

Tesis oleh Eko Prasetyo telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan

Malang, 29 November 2018

Pembimbing 1

Prof. Dr. F. Danardana Murwani, M.M.

NIP. 19690704 199903 1 001

Pembimbing 2

Dr. H. Suharto, M.Pd., M.M.

NIP. 19531017 198203 1 002

LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

Tesis oleh Eko Prasetyo telah dipertahankan di depan dewan penguji pada tanggal 12 Desember 2018

Dewan Penguji

Prof. Dr. F. Danardana Murwani, M.M.
NIP 19690704 199903 1 001

Ketua

Dr. H. Suharto, M.Pd., M.M.
NIP 19531017 198203 1 002

Anggota

Dr. Aniek Indrawati, S.Si., M.M.
NIP 19700404 200312 2 001

Anggota

Dr. Djoko Dwi Kusumojanto, M.Si
NIP 19641024 198812 1 002

Anggota

Mengesahkan,
Direktur Pascasarjana

Mengetahui,
Koordinaor Program Studi
Pendidikan Bisnis dan Manajemen

Prof. Dr. I Nyoman Sudana Degeng, M.Pd
NIP. 19580923 198502 1 001

Prof. Dr. F. Danardana Murwani, M.M.
NIP 19690704 199903 1 001

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Eko Prasetyo

NIM : 160415866015

Program Studi : Pendidikan Bisnis dan Manajemen

Fakultas/Program : Pasca Sarjana

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tesis yang saya tulis ini benar-benar tulisan saya, dan bukan merupakan plagiasi/falsifikasi/fabrikasi baik sebagian atau seluruhnya.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa tesis ini hasil plagiasi/falsifikasi/fabrikasi, baik sebagian atau seluruhnya, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Malang, 12 Desember 2018

Yang membuat pernyataan,

Eko Prasetyo

RINGKASAN

Prasetyo, Eko. 2018. Pengaruh *Entrepreneurial Personal Motivation* terhadap *Entrepreneurial Intention* melalui *Entrepreneurial Attitude* dan *Entrepreneurial Self-Efficacy* sebagai Mediator. Tesis, Program Studi Bisnis dan Manajemen, Program Pasca Sarjana, Universitas Negeri Malang. Pembimbing: (I) Prof. Dr. F. Danardana Murwani, M.M., (II) Dr. H. Suharto, M.Pd., M.M.

Kata kunci:: *entrepreneurial intention, entrepreneurial personal motivation, entrepreneurial attitude, entrepreneurial self-efficacy*

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis *entrepreneurial intention* para siswa dengan menggunakan *theory of planned behavior* (TPB) sebagai kerangka berpikir yang mendasarinya. Pengaruh *entrepreneurial personal motivation* terhadap *entrepreneurial intention* siswa merupakan fokus dalam kajian ini. Penelitian ini menempatkan *entrepreneurial attitude* dan *entrepreneurial self-efficacy* (ESE) sebagai mediator pada hubungan antara *entrepreneurial personal motivation* dan *entrepreneurial intention*.

Analisis *multiple* mediator digunakan untuk mengungkap hubungan langsung dan tidak langsung antara *entrepreneurial personal motivation* terhadap *entrepreneurial intention* siswa. Partisipan dalam penelitian ini adalah siswa sekolah menengah kejuruan dengan usia 16 sd 20 tahun yang berasal dari SMK Negeri Tempursari Kabupaten Lumajang Provinsi Jawa Timur Indonesia. Teknik penentuan sampel dengan menggunakan *proporsional random sampling*. Ukuran sampel adalah 194 siswa. Pengumpulan data menggunakan angket. Pengembangan instrument dilakukan dengan mengadaptasi instrument penelitian yang telah dikembangkan oleh peneliti sebelumnya.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa *entrepreneurial personal motivation* terhadap *entrepreneurial intention* siswa berpengaruh positif dan signifikan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Pengujian hipotesis menunjukkan bahwa sebagian besar hipotesis dapat diterima. *Entrepreneurial personal motivation* berpengaruh terhadap *self-efficacy* dan *entrepreneurial intention*. Begitu juga sikap dan *entrepreneurial self-efficacy* juga berpengaruh terhadap *entrepreneurial intention*.

Untuk meningkatkan *entrepreneurial intention* pada siswa, dapat dilakukan dengan meningkatkan dan membangun *entrepreneurial attitude* yang positif, *entrepreneurial personal motivation* yang kuat, meningkatkan ESE. Oleh karena itu, pembelajaran kewirausahaan hendaknya didesain untuk meningkatkan motivasi, sikap yang positif dan ESE. Salah satu cara terbaik yang dapat dilakukan adalah dengan menerapkan *positive learning* dalam pembelajaran kewirausahaan.

ABSTRACT

Prasetyo, Eko. 2018. Effects of Entrepreneurial Personal Motivation on Entrepreneurial Intention through Entrepreneurial Attitude and Entrepreneurial Self-Efficacy as Mediators. Thesis, Business and Management Study Program, Postgraduate Program, State University of Malang. Advisor: (I) Prof. Dr. F. Danardana Murwani, M.M., (II) Dr. H. Suharto, M.Pd., M.M.

Keywords: entrepreneurial intention, entrepreneurial personal motivation, entrepreneurial attitude, entrepreneurial self-efficacy

This study aims to analyze students' entrepreneurial intention by using the theory of planned behavior (TPB) as the underlying frame of mind. The effect of entrepreneurial personal motivation on student entrepreneurial intention is the focus of this study. This study places entrepreneurial attitude and entrepreneurial self-efficacy (ESE) as mediators in the relationship between entrepreneurial personal motivation and entrepreneurial intention.

Analysis of multiple mediators is used to reveal the direct and indirect relationship between entrepreneurial personal motivations towards student entrepreneurial intention. Participants in this study were vocational high school students aged 16 to 20 years who came from Temporary State Vocational School, Lumajang Regency, and East Java Province, Indonesia. The sampling technique use proportional random sampling. The sample size is 194 students. Data collection uses questionnaires. Development of instruments is done by adapting research instruments that have been developed by previous researchers.

The results of the study show that entrepreneurial personal motivation towards student entrepreneurial intention has a positive and significant effect, both directly and indirectly. Hypothesis testing shows that most hypotheses can be accepted. Entrepreneurial personal motivation has an effect on self-efficacy and entrepreneurial intention. Likewise, attitudes and entrepreneurial self-efficacy also influence entrepreneurial intention.

To increase entrepreneurial intention on students, it can be done by increasing and building a positive entrepreneurial attitude, strong entrepreneurial personal motivation, increasing ESE. Therefore, entrepreneurial learning should be designed to increase motivation, positive attitudes, and ESE. One of the best ways that can be done is to implement positive learning in entrepreneurial learning.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT, yang telah memberikan petunjuk dan karunia-Nya sehingga tesis ini dapat terselesaikan. Dalam kesempatan ini, kami juga ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung terselesainya proposal tesis ini. Ucapan terima kasih tersebut kami sampaikan kepada:

1. Ayah dan Ibu tercinta yang sangat besar jasanya bagi saya, kasih sayangnya dan do'anya menjadi kekuatan bagi perjalanan hidup saya.
2. Dina Yuanita, istri saya tercinta yang senantiasa memberikan dorongan dan semangat, serta menemani dalam suka dan duka.
3. Prof. Dr. F. Danardana Murwani, M.M, selaku Pembimbing 1 dan juga sebagai Koordinator Program Studi S2 Pendidikan Bisnis dan Manajemen Pasca Sarjana Universitas Negeri Malang; yang senantiasa membimbing dan memberikan petunjuk untuk penyelesaian tesis ini.
4. Dr. H. Suharto, M.Pd., M.M, selaku Pembimbing 2, yang telah memberikan arahan dan bimbingan dengan penuh kesabaran.
5. Bapak dan Ibu Dosen pengajar pada Program Studi Pendidikan Bisnis dan Manajemen Pasca Sarjana Universitas Negeri Malang yang telah memberikan ilmu, pengalaman dan bimbingannya.
6. Pemerintah Profinsi Jawa Timur dan Dinas Profinsi Pendidikan Jawa Timur yang telah memberikan dukungan finansial secara penuh untuk kegiatan studi S2 di Universitas Negeri Malang
7. Kepala SMK Negeri Tempursari dan rekan-rekan guru serta keluarga besar SMK Negeri Tempursari yang senantiasa memberikan support dan dukungan kepada saya.
8. Rekan-rekan seperjuangan kelas PBM Pemprov Jatim yang senantiasa membantu, memberikan dukungan kepada saya dalam proses penyelesaian tugas akhir ini.

9. Direktur dan Wakil direktur, serta semua pejabat dan staf administrative di Program Pasca Sarjana Universitas Negeri Malang yang telah memberikan pelayanan dengan baik.

Tentunya tesis yang telah disusun ini tidak lepas dari kekurangan. Oleh karena itu, kami sangat terbuka pada kritik dan saran yang konstruktif demi perbaikan tulisan kami. Saya berharap karya ini dapat memberikan manfaat yang sebesar-besarnya bagi pengembangan ilmu pengetahuan ke depannya.

Malang, 12 Desember 2018

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN.....	v
RINGKASAN	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Hipotesis Penelitian.....	4
1.4. Manfaat Penelitian.....	4
1.5. Asumsi Penelitian.....	5
1.6. Definisi Operasional.....	5
BAB II. KAJIAN PUSTAKA.....	6
2.1. Penelitian Sebelumnya	6
2.2. <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB).....	11
2.3. Entrepreneurial Self-Efficacy (ESE)	13
2.4 <i>Entrepreneurial Personal Motivation</i> (EPM)	15
2.5. Pengembangan Hipotesis.....	16
BAB III. METODE PENELITIAN.....	21
3.1. Rancangan Penelitian	21
3.2. Populasi dan Sampel.....	22
3.3. Teknik Pengumpulan Data	23
3.4. Instrumen Penelitian.....	24
3.4.1. Pengembangan Instrumen.....	24
3.4.2 Uji Reliabilitas	25

3.5. Analisis Data	26
3.5.1. Analisis Deskriptif	26
3.5.2 Uji Asumsi Klasik.....	27
3.5.3. Multiple Mediator Analisis	28
BAB IV. HASIL PENELITIAN	31
4.1.Deskripsi Penelitian.....	31
4.2. Deskripsi Variabel Penelitian	32
4.3 Hasil Analisis Inferensial	36
BAB V. PEMBAHASAN	40
5.1 Pengaruh Simultan antara Variabel Independen, Mediator terhadap Dependen Variabel	40
5.2 Pengaruh <i>Entrepreneurial Attitude</i> terhadap <i>Entrepreneurial Intention</i>	41
5.3 Pengaruh ESE terhadap <i>Entrepreneurial Intention</i>	42
5.4 Pengaruh <i>Entrepreneurial Personal Motivation</i> terhadap <i>Entrepreneurial Attitude</i> , ESE dan <i>Entrepreneurial Intention</i>	44
5.5 Peran Mediasi <i>Entrepreneurial Attitude</i> dan ESE.....	47
BAB VI. PENUTUP	51
6.1 Kesimpulan.....	51
6.2 Saran	51
DAFTAR RUJUKAN	53
LAMPIRAN 1 Uji RELIABILITAS DAN VALIDITAS	58
LAMPIRAN 2 HASIL ANALISIS REGRESI	62
LAMPIRAN 3 Uji ASUMSI KLASIK	64
LAMPIRAN 4 SERTIFIKAT BEBAS PLAGIASI.....	67
LAMPIRAN 5 RIWAYAT HIDUP	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
3 1 Rancangan Penelitian	21
3.2 <i>Model Hubungan Antar Variabel</i>	29
4.1 Model Akhir Penelitian	39

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
3 1 Populasi Penelitian	22
3 2 Rincian Sampel Penelitian	23
3 3 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian	25
3 4 Uji Reliabilitas Instrumen	26
3 5 Hasil Uji Asumsi klasik	28
3 6 Hasil Uji Curve Fitt	28
4 1 Deskripsi Responden Menurut Kompetensi Keahlian.	.31
4 2 Responden Menurut Jenis Kelamin.	31
4 3 Deskripsi Responden Menurut Usia	32
4 4 Mean dan Standart Deviasi	33
4 5 Distribusi Frekuensi Variabel Entrepreneurial Personal Motivation.	33
4 6 Distribusi Frekuensi Variabel Entrepreneurial Attitude	34
4 7 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Pada Variabel ESE	35
4 8 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden pada Variabel EI	35
4 9 Korelasi Antar Variabel	37
4 10 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Antar Variabel	37
4 11 Hasil Pengujian Hipotesis	38

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1 Uji Reliabilitas dan Validitas	58
2 Hasil Analisis Regresi	62
3 Uji Asumsi Klasik	64
4. Sertifikat Bebas Plagiasi	67
5. Riwayat Hidup	68

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kecenderungan perilaku siswa apakah akan berkarir menjadi pengusaha atau bekerja pada sebuah perusahaan setelah lulus sekolah dapat diprediksi dengan memahami *entrepreneurial intention* (Scherer, dkk., 1991; Wilson, dkk., 2007; Pihie, 2009; Ilouga, dkk., 2014). Hal ini sesuai dengan konsep dasar teori *planned behavior* (TPB), bahwa perilaku seseorang dapat diprediksi dengan memahami intensi (Ajzen, 1991). Menurut teori ini, intensi sebagai alat prediksi sebuah tindakan berlaku universal. Artinya dapat diterapkan pada berbagai bidang, termasuk mencoba untuk memahami perilaku kewirausahaan siswa. Beberapa peneliti telah menerapkan konsep TPB untuk memprediksi perilaku kewirausahaan siswa (Kruger, dkk., 2000; Autio, dkk., 2001; Liñán, 2008; Iakovleva, dkk., 2011; García-Rodríguez, dkk., 2016; Zhang & Cain, 2017).

Perilaku kewirausahaan sangat dipengaruhi oleh perbedaan intensi dan karakter setiap individu (Shane & Venkataraman, 2000). Menurut pandangan TPB, intensi dipengaruhi oleh *attitude to behavior*, *perceived behavior control* dan *subjective norms* (Ajzen, 1991; Kruger, dkk., 2000; Liñán & Chen, 2009; Engle, dkk., 2010; Kautonen, dkk., 2015; Zhang dan Cain, 2017). Intensi seseorang juga dipengaruhi oleh *self-efficacy* (De Vries, dkk., 1988; Boyd & Vozikis, 1994; McGee, dkk., 2009; Sesen, 2013; Bellò, dkk., 2018). *Entrepreneurial motivation* juga turut berpengaruh pada intensi seseorang (Tyska, dkk., 2011; Solesvik, 2013; García-Rodríguez, dkk., 2016; Mahendra, dkk., 2017; Barba-Sánchez & Atienza-Sahuquillo, 2018).

Memahami *entrepreneurial intention* siswa setidaknya memiliki 4 manfaat strategis. Pertama, bermanfaat untuk memprediksi perilaku kewirausahaan siswa (Ajzen, 1991). Kedua, bermanfaat bagi perusahaan untuk proses rekrutmen karyawan (Stevenson, 1994). Ketiga, bermanfaat bagi dunia pendidikan untuk menyusun program pendidikan kewirausahaan yang relevan (Douglas &

Fitzslmmon, 2013). Keempat, bermanfaat bagi guru untuk membantu meningkatkan potensi siswa (Kruger, dkk., 2000).

Douglas & Fitzslmmon, (2013) menyatakan bahwa bagi dunia pendidikan, memahami intensi siswa apakah sebagai wirausaha mandiri atau sebagai wirausaha pada sebuah perusahaan penting bagi perumusan kebijakan pendidikan. Tentu harus ada perbedaan perlakuan antara seseorang yang ingin membuka usaha baru dengan seseorang yang ingin bergabung dengan sebuah perusahaan. García-Rodríguez, dkk. (2016) menyatakan bahwa bagi dunia pendidikan, lebih bagus dalam proses pembelajaran menggunakan model yang lebih interaktif, menekankan pada penyajian identifikasi kesempatan bisnis dan pemecahan masalah bisnis sebagai sebuah model pendidikan kewirausahaan yang akan berdampak lebih baik pada siswa.

Bagi guru, sangat penting memahami *entrepreneurial intention* siswa. Pemahaman yang baik terhadap *entrepreneurial intention* siswa dapat membantu guru mengembangkan potensi setiap individu. Pemahaman ini dapat membantu guru mengembangkan proses pembelajaran yang lebih baik. Guru juga dapat membantu siswanya untuk meningkatkan *self-efficacy*. Guru dapat menjadikan *entrepreneurial intention* siswa sebagai alat diagnosa untuk proses perbaikan (Kruger, dkk., 2000). Guru tidak perlu mengarahkan pembelajaran kewirausahaan secara langsung untuk meningkatkan *entrepreneurial intention* siswa, namun lebih folus pada upaya meningkatkan motivasi siswa (García-Rodríguez, dkk., 2016).

Sekolah menengah kejuruan (SMK) merupakan sekolah yang disiapkan untuk siap kerja. Namun demikian, kenyataan menunjukkan bahwa lulusan SMK justru menjadi penyumbang pengangguran tertinggi di Indonesia (BPS, 2018). Terkait dengan kondisi ini, pemerintah melakukan upaya untuk mendorong siswa SMK tidak hanya untuk siap kerja, namun juga untuk mampu berwirausaha (Wibowo, Saptono, & Suparno, 2018). Terkait dengan hal tersebut, pemerintah melakukan perubahan besar terhadap kurikulum pendidikan kewirausahaan. Maka perlu dilakukan evaluasi terhadap keberhasilan pendidikan kewirausahaan

tersebut. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan melakukan pemetaan terhadap *entrepreneurial intention*.

Pentingnya memahami *entrepreneurial intention* siswa bagi dunia pendidikan inilah yang mendorong penelitian ini dilakukan. Diharapkan dengan memahami minat siswa, memudahkan guru dalam memberikan perlakuan dalam kegiatan pembelajaran. Diharapkan guru dapat membantu para siswa untuk lebih mengembangkan potensi mereka berdasarkan *entrepreneurial intention* yang telah dipahami oleh guru. Fokus penelitian ini adalah hubungan antara *entrepreneurial personal motivation* dengan *entrepreneurial intention* pada siswa di SMK Negeri Tempursari Lumajang secara langsung maupun tidak langsung melalui *entrepreneurial attitude* dan *entrepreneurial self-efficacy* (ESE).

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah deskripsi tentang *entrepreneurial personal motivation*, *entrepreneurial attitude*, ESE, dan *entrepreneurial intention* pada siswa SMK Negeri Tempursari tahun pelajaran 2017/2018?
2. Apakah terdapat pengaruh *entrepreneurial personal motivation*, *entrepreneurial attitude*, ESE secara simultan terhadap *entrepreneurial intention* pada siswa SMK Negeri Tempursari tahun pelajaran 2017/2018?
3. Apakah terdapat pengaruh *entrepreneurial attitude* terhadap *entrepreneurial intention* pada siswa SMK Negeri Tempursari tahun pelajaran 2017/2018?
4. Apakah terdapat pengaruh *entrepreneurial self-efficacy* terhadap *entrepreneurial intention* pada siswa SMK Negeri Tempursari tahun pelajaran 2017/2018?
5. Apakah terdapat pengaruh *entrepreneurial personal motivation* terhadap *entrepreneurial attitude*, ESE dan *entrepreneurial intention* secara parsial pada siswa SMK Negeri Tempursari tahun pelajaran 2017/2018?

6. Apakah terdapat pengaruh *entrepreneurial personal motivation* terhadap *entrepreneurial intention* melalui *entrepreneurial attitude* dan melalui ESE pada siswa SMK Negeri Tempursari tahun pelajaran 2017/2018?

1.3. Hipotesis Penelitian

1. *Entrepreneurial personal motivation*, *entrepreneurial attitude* dan ESE secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *entrepreneurial intention* pada siswa SMK Negeri Tempursari tahun pelajaran 2017/2018.
2. *Entrepreneurial attitude* berpengaruh positif dan signifikan pada *entrepreneurial intention* pada siswa SMK Negeri Tempursari tahun pelajaran 2017/2018.
3. ESE berpengaruh positif dan signifikan pada *entrepreneurial intention* pada siswa SMK Negeri Tempursari tahun pelajaran 2017/2018.
4. *Entrepreneurial personal motivation* berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap (a) *entrepreneurial attitude*; (b) ESE, dan (c) *entrepreneurial intention* pada siswa SMK Negeri Tempursari tahun pelajaran 2017/2018.
5. *Entrepreneurial personal motivation* berpengaruh positif dan signifikan secara tidak langsung terhadap *entrepreneurial intention* melalui *entrepreneurial attitude* dan melalui ESE pada siswa SMK Negeri Tempursari tahun pelajaran 2017/2018.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini antara lain:

1. Bagi sekolah, sebagai bahan pertimbangan demi perbaikan proses pembelajaran.
2. Bagi Program Studi Pendidikan Bisnis dan Manajemen, sebagai masukan bagi pengembangan pembelajaran bisnis yang sesuai dengan intensi siswa terhadap kewirausahaan.

3. Bagi para peneliti, dapat dijadikan sebagai bahan masukan dan penyempurnaan teoritis, maupun untuk kajian teori demi perbaikan pengetahuan dan ilmu.

1.5. Asumsi Penelitian

Asumsi penelitian yang digunakan adalah bahwa variabel lain yang mempengaruhi *entrepreneurial intention* selain *entrepreneurial personal motivation*, *entrepreneurial attitude*, dan ESE, sementara dianggap netral dan tidak berubah.

1.6. Definisi Operasional

1. *Entrepreneurial personal motivation*, merupakan motivasi yang muncul dari diri pribadi siswa SMK Negeri Tempursari untuk menjadi wirausaha yang meliputi *achievement motive*, *independence motive* dan *financial motive*.
2. *Entrepreneurial attitude*, merupakan rasa senang atau tidak senang yang tercermin pada siswa SMK Tempursari terhadap *entrepreneurship* yang meliputi : sikap terhadap pilihan karir, sikap terhadap keuntungan menjadi wirausaha, kepuasan kerja menjadi wirausaha serta sikap terhadap kesempatan yang ada untuk menjadi wirausaha.
3. ESE, merupakan keyakinan dan kepercayaan diri yang ada pada siswa SMK Negeri Tempursari bahwa mereka memiliki kemampuan untuk menjadi wirausaha. Keyakinan dan kepercayaan tersebut meliputi: menemukan ide bisnis, merencanakan bisnis, mempersiapkan bisnis dan menjalankan bisnis.
4. *Entrepreneurial intention*, merupakan niatan yang kuat yang ada pada diri pribadi siswa SMK Negeri Tempursari untuk: membuka usaha secara mandiri dan memilih karir sebagai wirausaha.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Sebelumnya

Tidak terhitung berapa jumlah penelitian yang mengkaji *entrepreneurial intention*. Beragam teori diterapkan, dan beragam model analisis digunakan. Salah satu teori yang sangat sering digunakan untuk mengkaji *entrepreneurial intention* adalah *theory of planned behavior* (TPB). Penelitian ini mengkaji *entrepreneurial intention* dengan TPB sebagai teori yang mendasarinya. Penelitian ini mengkaji hubungan *entrepreneurial personal motivation* dengan *entrepreneurial intention* baik secara langsung maupun tidak langsung. *Entrepreneurial attitude* dan *entrepreneurial self-efficacy* dikaji sebagai mediator dalam penelitian ini. Jika dibandingkan dengan beberapa penelitian sebelumnya, persamaan mendasar yang dapat dilihat adalah penggunaan TPB yang berfokus pada *intention* sebagai pusat kajian (Linan dan Chen, 2009; Kautonen, dkk., 2015). Kesamaan lainnya adalah memilih siswa (mahasiswa) sebagai partisipan dalam penelitian (Barnir, dkk., 2011; Mahendra, dkk., 2017; Shiri, dkk., 2017; Al-Jubairi, dkk., 2018).

García-Rodríguezm, dkk. (2016) melakukan penelitian tentang hubungan antara *motivation*, *opportunity*, dan *ability* terhadap *entrepreneurial intention* dengan menempatkan variabel TPB sebagai *mediator*. Partisipan penelitian adalah mahasiswa dari University of La Laguna in Canary Islands Spanyol. Total 20.759 kuisioner dikirim dengan email. Setelah 2 bulan proses pengumpulan data, hanya 1457 yang mengisi dan mengirim kembali (November 2013). Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi berpengaruh terhadap *entrepreneurial intention* dan *entrepreneurial attitude*. Sedangkan motivasi terhadap *subjective norm* dan PBC tidak berpengaruh signifikan. Hanya sikap yang dapat mejadi mediator dari motivasi terhadap intensi.

Solesvik (2013) melakukan pengujian yang hampir sama dengan García-Rodríguezm, dkk. (2016). Kesamaan terlihat dari pengujian variabel TPB sebagai

mediator dari *entrepreneurial personal motivation* terhadap *entrepreneurial intention*. Perbedaannya, penelitian yang dilakukan Solesvik (2013) menempatkan beberapa variabel kontrol meliputi gender, pengalaman bisnis, pendidikan kewirausahaan dan *role model* dari orang tua. Partisipan merupakan mahasiswa bisnis dan mahasiswa teknik. Mahasiswa bisnis merupakan kelompok yang mengikuti program pendidikan kewirausahaan, sedangkan mahasiswa bisnis tidak mengikuti program kewirausahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi berpengaruh terhadap *subjective norm*, *entrepreneurial attitude*, PBC, serta juga *entrepreneurial intention*. Gender, usia tidak memberikan perbedaan yang kuat pada *entrepreneurial attitude*, *subjective norm*, PBC dan *entrepreneurial intention*. Pendidikan kewirausahaan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap sikap, PBC dan *entrepreneurial intention* namun tidak untuk *subjective norm*. Mahasiswa bisnis lebih positif dan percaya diri setelah mengikuti pelatihan kewirausahaan. Pengalaman bisnis orang tua hanya memberikan dampak positif pada PBC dan *entrepreneurial intention* bukan pada *entrepreneurial attitude*, dan *subjective norm*. *Entrepreneurial attitude* *subjective norm*, PBC berpengaruh pada *entrepreneurial intention*. *entrepreneurial attitude* menunjukkan nilai koefisien tertinggi.

Kedua penelitian tersebut, García-Rodríguez, dkk. (2016) dan Solesvik (2013) yang menjadi panutan dalam penelitian ini. Kesamaan yang mendasar dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah kajian tentang *entrepreneurial personal motivation* dan *entrepreneurial intention* yang dimediasi oleh faktor TPB. Perbedaan terletak pada integrasi ESE sebagai ganti PBC dalam faktor TPB. Selain itu, dalam penelitian ini tidak menempatkan *subjective norm* sebagai mediator. Artinya variabel TPB yang dijadikan mediator hanyalah *entrepreneurial attitude*. Perbedaan lain terletak pada integrasi ESE sebagai mediator dalam penelitian. Selain kedua penelitian tersebut, ada berbagai penelitian lain yang dikaji untuk memperkuat kerangka teoritis yang dibangun dalam penelitian ini.

Tyszka, dkk. (2011) mengkaji *entrepreneurial personal motivation*, *self-efficacy* dan *risk attitude* pada dua kelompok responden yang berbeda. Ada

sebanyak 117 pengusaha dan 120 non pengusaha yang menjadi partisipan dalam penelitian tersebut. Rentang usia 30 sampai dengan 60 tahun. Di Polandia, pengusaha memiliki motivasi yang lebih tinggi dari pada non *entrepreneur*. *Need for independent* adalah yang paling penting menurut para pengusaha. Sedangkan para pekerja lebih memilih keamanan dalam bekerja sebagai pendorong alasan mereka sebagai pekerja. *Self-efficacy* lebih tinggi pada para pengusaha dari pada non pengusaha. Motivasi merupakan hal yang berpengaruh signifikan dalam mendorong seseorang untuk memilih menjadi seorang wirausaha. Sedangkan sikap terhadap resiko antara kedua kelompok responden tersebut tidaklah berbeda.

Liñán & Chen (2009) melakukan pengkajian yang fokus pada variabel TPB dengan beberapa variabel kontrol (*age, gender, pengalaman wirausaha, parent role model, pengalaman kerja, dan budaya/negara asal*). Sampel penelitian berasal dari dua negara, yakni Taiwan dan Spanyol. Penelitian ini tidak menguji hubungan *entrepreneurial intention* terhadap *behavior*. Hasil penelitian, *entrepreneurial attitude* berpengaruh terhadap *entrepreneurial intention*, begitu juga dengan PBC. *Subjective norm* tidak berpengaruh terhadap *entrepreneurial intention*, namun *subjective norm* berpengaruh terhadap *entrepreneurial attitude* dan PBC. Faktor perbedaan budaya memberikan pengaruh terhadap *entrepreneurial attitude, subjective norm, PBC* dan *entrepreneurial intention*. Artinya beda latar budaya dari tiap negara memberikan pengaruh terhadap variabel tersebut. Variabel demografis usia tidak berpengaruh terhadap *entrepreneurial attitude, subjective norm, PBC* dan *entrepreneurial intention*. Gender hanya berpengaruh pada sikap dan PBC, namun tidak pada *subjective norm* dan *entrepreneurial intention*. *Role model* hanya berpengaruh pada *entrepreneurial attitude*. Pengalaman kerja non *entrepreneur* berpengaruh hanya pada PBC. Sedangkan pengalaman sebagai *entrepreneur* hanya berpengaruh pada *subjective norm*.

Penelitian yang hanya berfokus pada TPB juga dilakukan oleh Kautonen, dkk. (2015). Penelitian dilakukan dengan menggunakan data longitudinal selama 2 tahun. Jumlah partisipan dalam penelitian 969. Penelitian dilakukan tidak hanya *intention*, namun juga meneliti perilaku kewirausahaan. Hasil pengujian

menunjukkan bahwa semua variabel signifikan. *Entrepreneurial attitude*, *subjective norm*, PBC berpengaruh signifikan terhadap *entrepreneurial intention*. *Intention* juga berpengaruh terhadap *behavior*. PBC juga berpengaruh terhadap perilaku. *subjective norm* memberikan pengaruh yang paling kuat terhadap *entrepreneurial intention*. Gender, usia, tingkat pendidikan tidak memberikan perbedaan pengaruh pada *entrepreneurial attitude*, *subjective norm*, PBC, *entrepreneurial intention* ataupun *behavior*. Pengalaman wirausaha hanya berpengaruh pada hubungan antara PBC- *entrepreneurial intention*. Mereka yang punya pengalaman wirausaha memberikan pengaruh lebih tinggi pada PBC dan *entrepreneurial intention*. Pengalaman kerja hanya berpengaruh pada hubungan antara PBC-*behavior*. Mereka yang pernah dipecat memberikan skor lebih tinggi dari hubungan antara PBC-*behavior*. Perbedaan negara hanya memberikan pengaruh pada sikap.

Engle dkk. (2010) melakukan penelitian yang berdasarkan pada TPB sebagai pijakan penelitian. Namun, dalam pengembangan variabel penelitian sedikit melakukan perubahan. Penelitian ini menempatkan ESE sebagai variabel ketiga dalam TPB menggantikan PBC. Alasannya bahwa sejatinya PBC dikembangkan dari teori SE. Begitu juga dengan variabel *entrepreneurial attitude*. Variabel ini dilakukan pengukuran dengan 3 indikator, yakni *need for achievement*, *autonomy* dan kesejahteraan. Penelitian ini dilakukan dengan skala yang luas. Partisipan penelitian berasal dari 12 negara, dengan jumlah total 1748. Semua partisipan adalah mahasiswa bidang bisnis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua negara menunjukkan hasil bahwa *subjective norm* berpengaruh signifikan terhadap *entrepreneurial intention*. Sedangkan ESE hanya berpengaruh signifikan di 7 negara (Spanyol, Jerman, Prancis, Mesir, Bangladesh, Finlandia dan Rusia), sementara pengujian di lima negara lainnya (Amerika, Cina, Costa Rika, Ghana dan Swedia), menunjukkan hasil pengujian yang tidak signifikan. Variabel sikap dengan 3 indikatornya, tidak ada satu pun yang memberikan hasil signifikan pada ketiga indikator tersebut. *Achievement motive* hanya berpengaruh signifikan di 3 negara, yakni Swedia, Finlandia dan China. *Wealth*, hanya

signifikan pada negara Ghana. *Autonomy* hanya signifikan pada Rusia dan Amerika.

Shiri, dkk. (2017) membuat model penelitian dengan mengintegrasikan TPB dengan faktor lingkungan sosial. Sampel penelitian adalah mahasiswa pertanian dari berbagai universitas di Iran. Jumlah sampel adalah 455 siswa. Teknik sampel adalah *stratifikasi random sampel*. Variabel penelitian yang dikaji adalah *entrepreneurial attitude*, *subjective norm*, PBC, lingkungan sosial terdekat (CVE) dan lingkungan terluar (SVE). Hasil pengujian menunjukkan bahwa CVE berpengaruh signifikan terhadap *entrepreneurial attitude*, *subjective norm*, PBC. SVE juga berpengaruh signifikan terhadap *entrepreneurial attitude*, *subjective norm*, PBC. *Entrepreneurial attitude*, *subjective norm*, PBC juga berpengaruh secara parsial pada *entrepreneurial intention*. *Subjective norm* berpengaruh pada *entrepreneurial attitude* dan PBC. Gender menjadi moderator dari hubungan antara *entrepreneurial attitude*, PBC dan *subjective norm* terhadap *entrepreneurial intention*. Pada laki-laki, PBC lebih kuat berpengaruh pada *entrepreneurial intention* daripada perempuan. Perempuan lebih kuat pengaruh *subjective norm* terhadap *entrepreneurial intention* dan sikap terhadap *entrepreneurial intention*. Untuk *role model*, mereka yang memiliki *role model* lebih tinggi *entrepreneurial attitude*, PBC dan *subjective norm* dari pada yang tidak memiliki *role model*.

Al-Jubairi, dkk. (2018) melakukan penelitian tentang *entrepreneurial intention* mahasiswa dari 4 universitas di Malaysia. Kajian dilakukan dengan TPB dan *Self determine theory (need satisfication (NS) dan need frustation (NF))*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *entrepreneurial attitude*, *subjective norm*, PBC berpengaruh signifikan terhadap *entrepreneurial intention*. *entrepreneurial attitude* merupakan variabel terkuat yang mempengaruhi *entrepreneurial intention*. NF berpengaruh pada *entrepreneurial attitude*, *subjective norm*, PBC, begitu juga NS berpengaruh signifikan pada *entrepreneurial attitude*, *subjective norm*, PBC. NF dan NS tidak berpengaruh signifikan pada *entrepreneurial intention*. *Entrepreneurial attitude*, *subjective norm*, PBC merupakan mediator

dari NF terhadap *entrepreneurial intention*, begitu juga dengan NS terhadap *entrepreneurial intention* yang dimediasi oleh variabel TPB.

Mahendra, dkk (2017) menggunakan *path analysis* sebagai prosedur analisis dalam penelitiannya. Partisipan penelitian adalah mahasiswa dari Universitas Negeri Malang pada Fakultas Ekonomi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *entrepreneurial education* berpengaruh signifikan terhadap sikap dan motivasi. Namun tidak berpengaruh pada *entrepreneurial intention*. Motivasi wirausaha berpengaruh pada sikap dan *entrepreneurial intention*. Sikap juga berpengaruh pada intensi.

2.2. Theory of Planned Behavior (TPB)

Salah satu teori yang fokus mengkaji tentang intensi adalah *theory of planned behavior* (TPB). Teori ini mengkaji intensi sebagai alat untuk memprediksi perilaku seseorang (Ajzen, 1991). Beragam kajian tentang intensi telah dilakukan oleh para peneliti dengan menggunakan TPB sebagai dasar teori. Para peneliti menerapkan TPB pada berbagai bidang penelitian, antara lain: bidang kesehatan (McEchan, dkk., 2011), bidang pendidikan (Liaw, 2004), memahami perilaku konsumen (Dilmeri, dkk., 2017) serta bidang kewirausahaan (Kruger, dkk., 2000; Autio, dkk., 2001; Linan dan Santos, 2007; Linan dan Chen, 2009; Kautonen, dkk., 2015; García-Rodríguez, dkk., 2016; Ridha, 2017; Feola, dkk., 2017). Pada bidang kewirausahaan, TPB diterapkan dengan beragam cara. Beberapa peneliti mengkaji kewirausahaan fokus hanya dengan TPB (Linan dan Chen, 2009; Kautonen, dkk., 2015). Beberapa peneliti lainnya melakukan modifikasi dan memperkuat kajian TPB dengan teori lain, misalnya mengintegrasikan faktor lingkungan sosial dengan kajian TPB (Linan, dkk., 2011; Santos, dkk., 2016; Shiri, dkk., 2017), mengkombinasikan teori motivasi dengan TPB (Solevik, 2013; García-Rodríguez, dkk., 2016), dan beragam bentuk integrasi lainnya.

Kolvereid (1996) mencoba mengaplikasikan TPB untuk memprediksi intensi memilih status pekerjaan. Status pekerjaan yang dimaksud di sini adalah bekerja sebagai pegawai yang digaji, atau bekerja sendiri (berwirausaha). Soutaris

(2007) mengkaji hubungan antara pendidikan kewirausahaan dan pengaruhnya terhadap *entrepreneurial intention* dengan menggunakan TPB sebagai dasar analisisnya. Solesvik (2013) mengkaji TPB dengan mengintegrasikan motivasi dan pendidikan kewirausahaan untuk memahami *entrepreneurial intention* siswa. Acheampong dan Tweneboah-Koduah (2017) mengkaji *entrepreneurial intention* para wirausaha dengan menggunakan TPB dikaitkan dengan pengalaman menjadi wirausaha yang pernah mengalami kegagalan pada masa yang lalu. Ada ratusan kajian lain yang menggunakan TPB sebagai dasar teorinya yang tidak dapat disebutkan satu persatu pada kesempatan ini. Sebagian besar kajian TPB berfokus pada kajian tentang *entrepreneurial intention* (Kautonen, dkk., 2015).

Intensi merupakan niatan seseorang untuk berperilaku tertentu (Ajzen, 1991). Intensi merupakan minat seseorang pada suatu bidang (Bird, 1988). Intensi merupakan hubungan antara diri dan hal lain diluar dirinya (Soutaris, dkk., 2007). Dalam konteks kewirausahaan, *entrepreneurial intention* dapat digunakan untuk memprediksi perilaku kewirausahaan pada masa yang akan datang (Krueger, dkk., 2000; Lee, dkk., 2011). *Entrepreneurial intention* (EI) merupakan niatan seseorang untuk memilih karir sebagai seorang wirausaha mandiri (Autio, dkk., 2001). *Entrepreneurial intention* merupakan niatan seseorang untuk membuka bisnis secara mandiri (Engle, dkk., 2010). *Entrepreneurial intention* didefinisikan sebagai niatan yang kuat yang ada pada diri seseorang untuk membuat dan memiliki sebuah bisnis (Zhang dan Cain, 2017).

Menurut TPB, *entrepreneurial intention* dipengaruhi oleh tiga hal, *entrepreneurial attitude* (EA), *subjective norms* (SN) dan *perceived behavior control* (Ajzen, 1991; Conner dan Armitage, 1998; Krueger, dkk., 2000; Linan & Chen, 2009; Engle, dkk., 2010; Solesvik, dkk., 2014; Kautonen, dkk., 2015; García-Rodríguez, dkk., 2016; Shiri, dkk., 2017; Zhang dan Cain, 2017; Feola, dkk., 2017). Bukti empiris penelitian menunjukkan bahwa ketiga faktor tersebut memberikan pengaruh sebesar 30% -45% terhadap niat (Kolvereid, 1996; Liñan & Chen, 2009; Van Gelderen dkk., 2008).

Berdasarkan TPB, salah satu faktor yang mempengaruhi *entrepreneurial intention* seseorang adalah *entrepreneurial attitude* (Linan dan Chen, 2009; Engle,

dkk., 2010; García-Rodríguez, dkk., 20016; Feola, dkk., 2017). Sikap merupakan penilaian seseorang terhadap perilaku sebelum melakukan sebuah tindakan (Ajzen, 2001). Objek sikap berada di luar manusia, sedangkan keputusan untuk berperilaku tercermin dari persepsi terhadap perilaku itu sendiri. Persepsi ini menghadirkan penilaian baik dan buruk, manfaat dan tidak manfaat, boleh atau tidak dan berbagai bentuk simpulan penilaian lainnya. Persepsi terhadap perilaku inilah yang kemudian dikenal sebagai sikap (Ajzen dan Fishbein 2000).

Perbedaan persepsi pada sebuah objek yang sama merupakan bentuk nyata dari peran *attitude*. Interpretasi sikap terhadap perilaku menimbulkan perbedaan hasil jika sikap yang dibangun berbeda (Ajzen, 2001). Jika dihubungkan dengan konsep kewirausahaan, maka sikap menunjukkan persepsi atas kewirausahaan. *Entrepreneurial attitude* merupakan penilaian pribadi baik positif maupun negatif untuk menjadi seorang wirausaha secara mandiri (Linan & Chan, 2009; Ridha, dkk., 2017). Koutonen, dkk. (2015) menyatakan bahwa *entrepreneurial attitude* merupakan seberapa jauh individu menilai konsep wirausaha sebagai sesuatu yang difavoritkan atau tidak. Mengacu dari konsep ini, *entrepreneurial attitude* dalam penelitian ini merupakan rasa senang atau tidak senang yang tercermin pada diri seseorang terhadap wirausaha.

2.3. Entrepreneurial Self-Efficacy (ESE)

Self-efficacy (SE) merupakan variabel yang juga berpengaruh terhadap *entrepreneurial intention*. Ajzen (2002) menyatakan bahwa efikasi diri merupakan kepercayaan diri bahwa seseorang yakin atas kemampuan yang ada pada dirinya untuk melakukan sebuah tindakan yang spesifik. Efikasi diri seseorang berpengaruh pada keberhasilannya dalam berbagai bidang. Kajian yang telah dilakukan Ajzen (2002) tentang efikasi diri mencoba mengkomparasi berbagai aplikasi efikasi diri pada berbagai bidang, misalnya keberhasilan seseorang untuk diet, pengaturan pola makan, keberhasilan bidang kognitif pada siswa, dan berbagai bidang lain.

Bandura (1993) menempatkan *self-efficacy* sebagai hal penting bagi proses belajar siswa. Beberapa peneliti bidang kewirausahaan mengkaji *self-efficacy*

sebagai hal penting yang mempengaruhi *entrepreneurial intention* (Boyd dan Vozikis, 1994; Chen, dkk., 1998; Barbosa, 2007). Para peneliti bidang kewirausahaan melakukan transformasi konsep *self-efficacy* menjadi *entrepreneurial self-efficacy* (ESE) sebagai variabel yang lebih spesifik yang digunakan pada bidang kewirausahaan (De Vries, dkk., 1988; Boyd dan Vozikis, 1994; Ajzen, 2002; McGee, dkk., 2009; Tiwari, dkk., 2017). Boyd dan Vozikis, (1994) menyatakan bahwa ESE merupakan keyakinan seorang individu bahwa ia mampu dan bisa sukses untuk menjalankan sebuah bisnis secara mandiri. Barbosa (2007) menyatakan bahwa ESE merupakan keyakinan yang spesifik bahwa seseorang mampu sukses untuk menjalankan tugas spesifik sebagai wirausaha.

Konsep SE mirip dengan *perceived behavior control* (PBC). Dasar inilah yang membuat beberapa peneliti mengintegrasikan SE sebagai bagian dari TPB (De Vries, dkk., 1988). Sejatiya Ajzen (1991:184) mengakui bahwa konsep PBC dikembangkan dari konsep SE yang disampaikan oleh Bandura (1982). Lebih lanjut Ajzen (1991) menyatakan bahwa PBC dan SE dapat diasumsikan secara prinsip sama, yakni konsep tentang keyakinan terhadap kemampuan yang dimiliki oleh seseorang. Conner dan Armitage (1998) menyatakan bahwa PBC-SE memiliki dua kesamaan yang penting. Pertama, sama-sama memberikan pengaruh yang signifikan bagi intensi berperilaku. Kedua, sama-sama berbicara tentang keyakinan atas persepsi diri sendiri pada sebuah tindakan. Walaupun ada yang menganggap berbeda, Conner dan Armitage (1998) menyatakan belum ada bukti yang kuat berupa hasil pengujian bahwa kedua konsep tersebut benar-benar berbeda.

Conner dan Armitage (1998: 1440-1441) menyatakan ada dua bukti yang harus dipenuhi untuk menjustifikasi bahwa konsep PBC dan SE benar-benar berbeda. Pertama, harus ada pengukuran yang kuat tentang kedua konsep tersebut. Pengukuran ini terkait dengan perbedaan faktor yang mempengaruhi keyakinan diri yang terbentuk pada SE dan PBC. Serta tentang "*antecedent beliefs*" pada dimensi PBC dan SE. Kedua, hasil pengujian yang lebih kuat tentang perbedaan antara SE dan PBC dalam memanipulasi kondisi sebenarnya dan *control* yang

dirasakan. Jika kedua hal tersebut tidak dapat terbukti, Conner dan Armitage (1998) menganggap kedua konsep tersebut dapat dikatakan kongruen.

Conner dan Armitage (1998) menyatakan PBC sejatinya mungkin terkait dalam dua konsep, yakni SE dan *perceived feasibility* (PF). Kruger dan Brazeal (1994) menganggap konsep SE dan PF adalah dua hal yang hampir sama dalam konteks memulai sebuah bisnis. Linan & Chan (2009); Linan & Santos (2008); Linan, dkk., (2011) menyatakan bahwa ketiga konsep tersebut (SE, PBC dan PF) adalah hal yang sangat mirip. Pada konteks tertentu (memulai sebuah bisnis) Linan dan Chan (2009); Linan, dkk., (2011) bahkan menganggap sama ketiga konsep tersebut. Ketiga konsep tersebut dibahas terlebih dahulu guna memberikan pemahaman tentang hubungan antara motivasi dengan konsep *self-efficacy*, mengingat beberapa peneliti lain mencoba mengkaji hubungan motivasi dengan PBC atau PF.

2.4 Entrepreneurial Personal Motivation (EPM)

Shane, dkk. (2003) menyatakan bahwa perilaku manusia merupakan hasil dari proses faktor motivasi dan kognitif (kemampuan, pengetahuan dan keterampilan). Herron and Sapienza (1992) menyatakan bahwa motivasi memiliki peran penting bagi keberhasilan sebuah tindakan. Jika dikaitkan dengan kegiatan kewirausahaan, maka motivasi memiliki peran penting bagi terciptanya sebuah bisnis baru. Segal dkk (2005) menyatakan bahwa *entrepreneurial personal motivation* merupakan alasan seseorang yang mendorongnya untuk memilih menjadi seorang wirausaha. Menurutnya keinginan untuk memiliki bisnis sendiri dan toleransi kepada resiko merupakan dua hal penting yang mendorong seseorang untuk menjadi wirausaha. Menurutnya motivasi inilah yang berpengaruh secara langsung kepada *entrepreneurial intention*.

Morales-Gualdrón (2009) mengkaji multi dimensi motivasi untuk menjadi wirausaha bagi seorang peneliti. Multi dimensional motivasi tersebut terbagi menjadi *personal motivation*, lingkungan sosial, lingkungan organisasi, kesempatan bisnis dan pengembangan ilmu pengetahuan. Morales-Gualdrón (2009) menganggap keenam dimensi tersebut merupakan alasan seseorang untuk

melakukan sebuah tindakan dalam hal ini peneliti untuk menjadi *entrepreneur* di bidang yang ditekuninya.

Tietz dan Parker (2012) menyatakan bahwa *entrepreneurial motivation* merupakan alasan yang mendorong seseorang untuk membuka bisnis secara mandiri. Ada beberapa motif yang mempengaruhi keputusan seseorang apakah untuk menjadi pekerja, menjadi *intrapreneur* atau *entrepreneur*. Setidaknya ada 4 motif yang diteliti oleh Tietz dan Parker (2012), yakni *role model*, *independent*, *financial motivation* dan *recognized*.

2.5. Pengembangan Hipotesis

Menurut pandangan TPB, intensi dipengaruhi oleh *attitude to behavior*, *perceived behavior control* dan *subjective norms* (Ajzen, 1991; Kruger, dkk., 2000; Liñán & Chen, 2009; Engle, dkk., 2010; Kautonen, dkk., 2015; Zhang dan Cain, 2017). *entrepreneurial intention* seseorang juga dipengaruhi oleh *self-efficacy* (De Vries, dkk., 1988; Boyd & Vozikis, 1994; McGee, dkk., 2009; Sesen, 2013; Bellò, dkk., 2018). *Entrepreneurial motivation* juga turut berpengaruh pada intensi seseorang (Tyska, dkk., 2011; Solesvik, 2013; García-Rodríguez, dkk., 2016; Mahendra, dkk., 2017; Barba-Sánchez & Atienza-Sahuquillo, 2018).

Beberapa bukti penelitian yang telah disampaikan tersebut mengisyaratkan bahwa *entrepreneurial personal motivation*, *entrepreneurial attitude*, dan ESE berpengaruh signifikan terhadap *entrepreneurial intention*. Beberapa penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya memang tidak melakukan pengujian secara simultan sama persis seperti dalam penelitian yang dilakukan sekarang. Penelitian terdahulu menguji hubungan simultan *entrepreneurial personal motivation*, *entrepreneurial attitude*, PBC, *subjective norm* terhadap *entrepreneurial intention* (Solasvik, ekk). Hasilnya menunjukkan bahwa penelitian tersebut berhasil menguji pengaruh simultan dari semua variabel tersebut. Mahendra, dkk. (2017) menguji pengaruh secara simultan *entrepreneurial personal motivation*, *entrepreneurial education* dan sikap terhadap *entrepreneurial intention*. Dari uraian tersebut, maka dapat disajikan hipotesis penelitian bahwa:

H1: *Entrepreneurial personal motivation, entrepreneurial attitude, ESE* secara simultan berpengaruh terhadap *entrepreneurial intention* secara positif dan signifikan

Ada begitu banyak bukti yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari *entrepreneurial attitude* terhadap *entrepreneurial intention* (Ajzen, 1991; Bird, 1988; Kruger, dkk., 2000; Linan dan Chan 2009). Hasil ini juga diperkuat oleh beberapa peneliti lain, sebut saja Douglas dan Fitzsimmons, (2013); Linan dan Santos (2007); Ridha, dkk. (2017); Mahendra, dkk. (2017). Al-Jubairi, dkk. (2018) melakukan penelitian tentang *entrepreneurial intention* mahasiswa dari 4 universitas di Malaysia. Kajian dilakukan dengan TPB dan *Self determine theory* (*need satisfaction* (NS) dan *need frustration* (NF)). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *entrepreneurial attitude, subjective norm, PBC* berpengaruh signifikan terhadap *entrepreneurial intention*. *Entrepreneurial attitude* merupakan variabel terkuat yang mempengaruhi *entrepreneurial intention*. Temuan yang serupa disampaikan oleh Liñán, dkk. (2011) bahwa *entrepreneurial attitude* merupakan determinan yang paling kuat jika dibandingkan dengan variabel TPB lain dalam mempengaruhi *entrepreneurial intention*.

Secara umum, pandangan TPB menilai bahwa *entrepreneurial attitude* merupakan variabel yang konsisten akan berpengaruh pada *entrepreneurial intention*. Semakin positif tindakan seseorang terhadap sebuah tindakan, semakin besar ketertarikan seseorang pada bidang tersebut. Artinya, semakin kuat sikap positif siswa terhadap kewirausahaan, maka semakin besar minatnya untuk berkecimpung dalam dunia wirausaha. Dari hasil penelitian tersebut dapat ditarik hipotesis penelitian sebagai berikut:

H2. *Entrepreneurial attitude* berpengaruh positif dan signifikan pada *entrepreneurial intention*.

Tidak berbeda dengan sikap, ada begitu banyak bukti yang menunjukkan bahwa ESE berpengaruh signifikan terhadap intensi. Chan, dkk., (1998) menyatakan bahwa *self-efficacy* berpengaruh signifikan terhadap keputusan (intensi) menjadi wirausaha. Chan, dkk., (1998) melakukan analisis dua tingkat,

pertama menguji pada para pelajar, kedua menguji pada mereka yang menjadi *entrepreneur* dan *manager*. Hal lain yang dihasilkan dari penelitian ini adalah lebih tinggi ESE akan memberikan kemungkinan yang lebih besar menjadi *entrepreneur* jika dibandingkan dengan *non-entrepreneur*. Atau dengan kata lain ESE berpengaruh signifikan dan positif pada *entrepreneurial intention*. Douglas dan Fitzsimmons (2013) juga menunjukkan hasil yang tidak jauh berbeda dengan Chan, dkk., (1998). ESE memberikan pengaruh yang signifikan terhadap *entrepreneurial intention*.

Self-efficacy tidak hanya berpengaruh secara langsung pada *Intention*, namun juga terhadap perilaku (De Vries, dkk., 1988). Dalam konteks kewirausahaan, ESE merupakan pembentuk *entrepreneurial intention* yang penting untuk membangun keyakinan pada pengusaha, sehingga memiliki keberanian untuk bertindak berbeda dan tidak dapat diprediksi dalam menghadapi ketidakpastian (Baum and Locke, 2004). Semakin tinggi ESE, maka semakin kuat *entrepreneurial intention* (Boyd, & Vozikis, 1994; Chen dkk., 1998; Segal, Borgia, & Schoenfeld, 2002; Wang, Wong, & Lu, 2002; Wilson, dkk., 2007). Bagi para siswa, ESE merupakan determinan yang kuat bagi *entrepreneurial intention* (Baidi dan Suyatno, 2018). Dari uraian tersebut dapat dikembangkan hipotesis bahwa :

H3: ESE berpengaruh positif dan signifikan terhadap *entrepreneurial intention*

Mahendra dkk. (2017) menyatakan bahwa *entrepreneurial motivation* memberikan pengaruh yang signifikan pada *entrepreneurial intention*. Tyska dkk. (2011) menyatakan bahwa motivasi yang lebih tinggi dimiliki oleh seseorang dengan intensi tinggi terhadap wirausaha. Kondisinya berbeda jika dibandingkan dengan selain wirausaha (pekerja). Para pekerja memiliki *entrepreneurial personal motivation* yang lebih rendah, sehingga *entrepreneurial intention*nya juga rendah Solesvik (2013), menyatakan bahwa motivasi berpengaruh secara positif dan signifikan pada *entrepreneurial intention* seseorang secara tidak langsung. Barba-Sánchez¹ dan Atienza-Sahuquillo (2017) menyatakan bahwa motivasi memberikan pengaruh yang nyata terhadap kesediaan seseorang untuk

melakukan apa saja demi keberhasilannya dalam sebuah bisnis. Motivasi yang tinggi membuat mereka memiliki niatan yang tinggi dalam berwirausaha.

Pengujian motivasi terhadap intensi dilakukan oleh Solesvik (2013) tanpa melibatkan variabel lain. Hasilnya menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan dan positif dari pengaruh motivasi terhadap intensi. García-Rodríguez dkk. (2016) menyatakan bahwa motivasi memberikan pengaruh signifikan terhadap *entrepreneurial intention*. Motivasi, lebih spesifik *achievement motivation* memberikan pengaruh besar terhadap intensi dalam memilih wirausaha sebagai pilihan karier (Scherer dkk., 1991).

Solesvik (2013) menyatakan bahwa motivasi terhadap PBC (ESE) dan sikap memberikan pengaruh yang positif dan signifikan. Pada konteks yang sedikit berbeda *achievement motivation* berpengaruh kuat terhadap ESE (Scherer dkk., 1991). Argumentasi yang logis dapat disajikan bahwa semakin tinggi motivasi seseorang, secara alamiah akan membangun kepercayaan diri yang kuat bahwa ia mampu menyelesaikan tugas dan tanggung jawab sebagai seorang pengusaha. Hal ini bermakna, bahwa *entrepreneurial personal motivation* dalam berbagai dimensinya akan berpengaruh signifikan terhadap ESE.

Mahendra dkk. (2017) menyatakan bahwa motivasi terhadap sikap berpengaruh signifikan dan positif. García-Rodríguez dkk. (2016) menyatakan bahwa motivasi memberikan pengaruh signifikan terhadap *entrepreneurial attitude*. Pengujian yang tidak berbeda ditunjukkan pada temuan dari Solesvik, bahwa motivasi akan berpengaruh signifikan terhadap sikap. Dalam konteks kewirausahaan, *entrepreneurial personal motivation* yang tinggi dapat memberikan sikap yang positif terhadap kewirausahaan.

Fungsi mediator dari variabel TPB terhadap *entrepreneurial intention* telah diuji oleh beberapa peneliti (Al-Jubairi dkk., 2018; García-Rodríguez dkk., 2016; Solesvik, 2013; Zhang dan Caim, 2017). *Entrepreneurial attitude* merupakan mediator penuh dalam hubungan antara pengambilan resiko terhadap *entrepreneurial intention* (Zhang dan Caim, 2017). *Need satisfaction* (NS) dan *need frustration* (NF) berpengaruh tidak langsung terhadap *entrepreneurial intention*, dengan peran mediator dari *entrepreneurial attitude*, *subjective norm*

dan PBC (Al-Jubairi dkk., 2018). Terkait dengan hubungan antara *entrepreneurial personal motivation* terhadap *entrepreneurial intention*, *entrepreneurial attitude* dapat berperan sebagai *full mediator* (Solesvik, 2013), dapat pula sebagai mediator parsial terhadap *entrepreneurial intention* (García-Rodríguez dkk., 2016).

ESE merupakan variabel penting yang mampu menjadi mediator terhadap *entrepreneurial intention* (Bello dkk. 2018). Beberapa pengujian telah dilakukan berhasil atas peran mediator ESE terhadap *entrepreneurial intention* (Prabhu dkk., 2012; Zhang dan Caim, 2017; Zhao, dkk., 2005). Beberapa penelitian tersebut menempatkan ESE sebagai mediator dari *entrepreneurial intention* dalam hubungan dengan beragam determinan dari *entrepreneurial intention*. Dalam konteks hubungan antara *entrepreneurial personal motivation* terhadap *entrepreneurial intention*, ESE dapat berperan sebagai mediator (Yi dan Duval-Couetil, 2018). Fungsi ESE sebagai mediator dalam berbagai konteks determinan terhadap *entrepreneurial intention* telah terbukti oleh berbagai temuan para peneliti sebelumnya (Bello dkk. 2018; Prabhu dkk., 2012; Zhang dan Caim, 2017; Zhao, dkk., 2005). Di sisi lain, Hui-Chen, Kuen-Hung, and Chen-Yi (2014) menyatakan bahwa terhdapat hubungan yang positif dan signifikan antara motivasi dan *entrepreneurial intention*, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Berbagai pemaparan tersebut, kami berpendapat bahwa *entrepreneurial personal motivation* terhadap *entrepreneurial intention* dapat dimediasi oleh *entrepreneurial attitude* dan ESE. Dari beraga kajian dan paparan yang telah disajikan di atas, dapat disimpulkan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H4 *Entrepreneurial personal motivation* memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap (a) *entrepreneurial attitude*, (b) ESE dan (c) *entrepreneurial intention*;

H5 : *Entrepreneurial personal motivation* memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap *entrepreneurial intention* m *attitude* dan ESE

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Rancangan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Creswell (2013) menyebut penelitian kuantitatif sebagai penelitian yang digunakan untuk menguji teori tertentu dengan cara melakukan pengujian statistik terhadap variabel yang diteliti. Jenis penelitian yang akan digunakan adalah penelitian deskriptif dan korelasional.

Kuncoro (2003) menjelaskan bahwa penelitian deskriptif digunakan peneliti untuk mendeskripsikan dengan lebih baik sifat yang diketahui, keadaan yang relevan pada setiap variabel yang menjadi fokus dari penelitian. Penelitian korelatif didefinisikan sebagai penelitian yang dilakukan untuk mengetahui dan menguji hubungan antar variabel yang diteliti. Dalam penelitian ini, variabel yang akan dideskripsikan dan diuji hubungan antar variabelnya adalah *entrepreneurial personal motivation* dinotasikan dengan simbol X1, variabel *entrepreneurial attitude* (EA), dinotasikan dengan simbol X2, *entrepreneurial self-efficacy* (ESE) dinotasikan dengan simbol X3, dan *entrepreneurial intention* (EI) sebagai variabel terikat Y.

Penelitian ini menggunakan *multiple-mediator* analisis (Hayes, 2018; Preacher & Hayes, 2008). Teknik *bootstrapping* digunakan untuk menguji hubungan langsung dan tidak langsung antara variabel (Hayes, 2009, 2018; Preacher & Hayes, 2008). Desain penelitian tersaji pada Gambar 3.1 di bawah ini.

Gambar 3 1 Rancangan Penelitian

3.2. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh siswa SMK Negeri Tempursari tahun pelajaran 2017/2018. Jumlah keseluruhan populasi dalam penelitian ini adalah 360. Rincian populasi berdasarkan Kompetensi Keahlian tersaji pada Tabel 3.1 berikut ini.

Tabel 3.1 Populasi Penelitian

No.	Program Keahlian	Jumlah Siswa
1	Pemasaran	83
2	Teknik Audia Vidio	75
3	Agrobisnis Perikanan	42
4	Agrobisnis Peternakan	42
5	Teknik Sepeda Motor	62
6	Teknik Informatika	56
Jumlah Populasi		360

Sumber: SMK Negeri 1 Tempursari (2018)

Teknik sampel yang digunakan adalah *probability sampling*. Merupakan teknik sampel yang memberikan kesempatan pada semua anggota populasi untuk diambil sebagai sampel (Kuncoro, 2003). Pengambilan sampel dengan menggunakan *proportional random sampling*. *Proportional random sampling* memberikan kesempatan pada setiap kelompok sampel memiliki perwakilan jumlah sampel secara proporsional (Kuncoro, 2003).

Besar sampel yang diambil dihitung dengan menggunakan formulasi yang disampaikan oleh Krejcie dan Morgan (1970) dengan penetapan tingkat kesalahan sebesar 5%. Adapun formulanya adalah sebagai berikut:

$$s = \frac{X^2 NP(1-P)}{d^2(N-1) + X^2 P(1-P)}$$

Sumber: Krejcie dan Morgan (1970)

Keterangan:

s : besar sampel

N : besar populasi

d : presisi yang ditetapkan (0,5%)

X^2 : chi square dengan derajat kebebasan 1 , nilainya = 3,841

P : Proporsi populasi (asumsi 0,50)

Mengacu pada Tabel besar sampel berdasarkan populasi yang telah dihitung oleh Krejcie dan Morgan (1970), maka besar sampel dengan populasi 360 adalah 186 siswa. Artinya ukuran sampel minimal yang harus diambil adalah

sejumlah 186 siswa. Pada pelaksanaannya, besar sampel yang digunakan adalah 194 siswa. Pada proses pengumpulan data, disebarkan 200 angket. Setelah proses pemeriksaan, ada 6 angket yang tidak lengkap. Sehingga yang digunakan dalam proses analisis sebanyak 194. Penetapan besar sampel 194 dengan alasan bahwa besar minimal sampel yang dapat diambil berdasarkan rumus dari Krejcie dan Morgan (1970) adalah 186. Artinya pengambilan sampel lebih dari 186 dapat dilakukan. Untuk menghitung secara proporsional masing masing sampel pada tiap kelompok kompetensi keahlian digunakan rumus:

$$ni = \frac{Ni}{N} n$$

Sumber : Riduwan dan Kuncoro (2011)

Keterangan:

ni : jumlah sampel menurut program keahlian

n : jumlah seluruh sampel dalam penelitian

Ni : jumlah populasi menurut program keahlian

N : jumlah seluruh populasi dalam penelitian

Rincian jumlah sampel siswa per program keahlian adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2 Rincian Sampel Penelitian

No.	Program Keahlian	Jumlah ideal sampel (secara proporsional)	Jumlah yang dianalisis
1	Pemasaran	45	47
2	Teknik Audia Vidio	40	39
3	Agrobisnis Perikanan	23	22
4	Agrobisnis Peternakan	23	23
5	Teknik Sepeda Motor	33	32
6	Teknik Informatika	30	31
	Jumlah Sampel	194	194

Sumber: data olahan peneliti (2018)

3.3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode angket. Angket merupakan metode utama yang digunakan dalam penelitian ini. Data dari hasil angket dijadikan sebagai bahan analisis utama untuk menjawab semua permasalahan yang telah disajikan dalam rumusan masalah pada penelitian ini. Angket yang digunakan adalah angket tertutup. Artinya responden penelitian telah diberi alternatif jawaban untuk langsung dipilih dalam angket.

Angket penelitian memuat semua variabel yang akan diteliti. Total sejumlah 200 angket yang disebarakan pada responden penelitian. Dari jumlah tersebut ada 4 angket yang tidak lengkap pengisiannya. Ada 194 angket yang kemudian dijadikan bahan analisis dalam penelitian ini. Penyebaran angket dilakukan pada minggu ke dua bulan April sampai dengan minggu ke tiga. Untuk kelas XII angket disebarakan pada mereka ketika para siswa menerima pengarahan dari Waka Kurikulum. Pada saat mengisi angket, mereka telah selesai mengikuti ujian nasional (UN). Pengisian angket dilakukan di dalam ruang aula. Untuk kelas X dan XI pengisian angket dilakukan sebelum mereka memulai pelajaran. Peneliti minta ijin kepada guru, untuk diperkenankan para siswa mengisi angket sebelum proses pelajaran dilakukan.

3.4. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat atau fasilitas yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data. Instrumen dalam penelitian ini menggunakan angket dengan pernyataan yang bersifat tertutup. Instrumen angket yang digunakan dalam penelitian ini merupakan hasil adaptasi dari berbagai sumber. Setiap variabel terdiri dari indikator, kemudian indikator disajikan dalam bentuk pernyataan.

3.4.1. Pengembangan Instrumen

Pengembangan angket penelitian dilakukan dengan mengacu pada instrumen yang telah dikembangkan oleh para peneliti sebelumnya. *Entrepreneurial attitude* dikembangkan dengan mengadaptasi kuisioner dan indikator yang dikembangkan oleh Linan & Chen (2009). *Entrepreneurial personal motivation* dikembangkan dengan melakukan adaptasi dari instrumen yang dikembangkan oleh Autio & Kauranen (1994). Instrumen ESE mengacu pada instrumen yang dikembangkan oleh Kickul, dkk. (2009) dan Murwani, dkk. (2017). Sedangkan variabel *entrepreneurial intention* mengacu pada Linan dan Chan (2009). Instrumen disusun dengan mengadaptasi instrumen yang telah dikembangkan oleh para peneliti tersebut. Pengukuran instrumen dilakukan dengan menggunakan skala Likert, antara 1-5. Nilai 1 untuk menunjukkan bahwa

sangat tidak setuju dan nilai 5 untuk menunjukkan bahwa partisipan sangat setuju.

Instrumen penelitian yang digunakan tersaji pada Tabel 3.3 berikut ini

Tabel 3.3 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian

Variabel	Item	Terjemah	Sumber
EI	1	Saya siap melakukan apapun untuk menjadi seorang wirausaha	Linan dan Chen, (2009:613)
	2	Tujuan karier saya adalah menjadi pengusaha	
	3	Saya akan melakukan berbagai upaya untuk memulai dan menjalankan perusahaan saya sendiri	
	4	Saya bertekad untuk membuat sebuah perusahaan suatu saat nanti	
	5	Saya sangat serius berpikir untuk memulai suatu bisnis	
	6	Saya sangat tertarik untuk membuat sebuah perusahaan suatu saat nanti	
EA	1	Menjadi pengusaha memberi dampak yang lebih menguntungkan	Linan dan Chen, (2009:612)
	2	Karier menjadi pengusaha sangat menarik buat saya	
	3	Jika saya punya kesempatan dan sumber daya modal, saya akan memulai sebuah bisnis	
	4	Menjadi seorang pengusaha memberikan kepuasan kepada saya	
	5	Dari beragam pilihan pekerjaan, saya lebih suka menjadi pengusaha	
ESE		Saya sangat yakin dan percaya diri bahwa saya mampu untuk:	Kickul, et. al (2009:450) Murwani, dkk (2017)
	1	Menemukan ide bisnis yang unik	
	2	Mengidentifikasi peluang pasar bagi bisnis	
	3	Merencanakan suatu bisnis baru	
	4	Menyusun rencana bisnis	
	5	Meningkatkan modal (uang) untuk menjalankan bisnis	
	6	Meyakinkan bank untuk memberi pinjaman pada saya	
	7	Meyakinkan orang lain untuk berinvestasi pada bisnis saya	
	8	Meyakinkan orang lain untuk dapat bekerja pada bisnis saya	
	9	Menjalankan (mengelola) bisnis	
	10	Menumbuhkan bisnis menjadi bisnis yang sukses	
EPM	1	Mencoba untuk meraih atmosfer pekerjaan yang lebih baik	Autio & Kauranen (1994; 326)
	2	Keinginan yang kuat untuk mengembangkan diri dengan mendirikan sebuah bisnis baru	
	3	Mencoba untuk menjadi lebih mandiri	
	4	Keinginan yang kuat untuk menemukan pekerjaan yang mempertemukan saya dengan orang yang memiliki personaliti pribadi yang lebih baik	
	5	Frustrasi dengan pekerjaan yang terdahulu	
	6	Motivasi untuk meraih penghargaan pribadi	
	7	Mencoba meningkatkan penghasilan pribadi	

Sumber: data olahan peneliti (2018)

3.4.2 Uji Reliabilitas

Suatu instrumen dikatakan reliabel apabila instrumen tersebut dapat digunakan lebih dari satu kali dalam waktu yang berbeda, namun tetap menunjukkan hasil yang konsisten (Riduwan dan Kuncoro, 2011). Tujuan utama dari uji reliabilitas adalah untuk memastikan keajegan dan konsistensi dari

instrumen (Scherer, Brodzinski, & Wiebe, 1991). Untuk menghitung reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan bantuan *SPSS 22 for windows*. Item dikatakan reliabel (*accepted*) jika $0,6 \geq \text{nilai } \alpha \text{ cronbach} < 0,7$, *good* jika $0,7 \geq \alpha \text{ cronbach} < 0,9$, dan *exelent* jika $\geq 0,9$ (Manerikar & Manerikar, 2015). Hasil uji reliabilitas tersebut tersaji pada Tabel 3.4 berikut ini.

Tabel 3.4 Uji Reliabilitas Instrumen

No	Variabel penelitian	Nilai <i>alpha cronbach</i>	Keerangan
1	<i>Entrepreneurial intention</i>	0,906	<i>Exelent</i>
2	<i>entrepreneurial attitude</i>	0,880	<i>Good</i>
3	<i>entrepreneurial personal motivation</i>	0,898	<i>Good</i>
4	ESE	0,858	<i>Good</i>

Sumber : data primer diolah (2018)

Dalam penelitian ini, tidak dilakukan pengujian validitas terhadap semua variabel penelitian. Dasar utamanya adalah bahwa instrumen tersebut merupakan hasil adaptasi dari instrumen yang telah digunakan secara internasional oleh para peneliti terdahulu. Oleh karena itu, instrumen tersebut dianggap valid karena telah diuji oleh para peneliti sebelumnya. Pada penelitian ini hanya dilakukan uji reliabilitas. Alasan yang digunakan bahwa mengikuti anjuran yang ada pada *Academy Management Journal* bahwa instrumen yang telah diuji secara internasional oleh para peneliti jika diadaptasi hanya dilakukan uji reliabilitas. Sedangkan uji validitas tidak dilakukan. Dengan asumsi bahwa instrumen tersebut telah valid.

3.5. Analisis Data

3.5.1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan hasil penelitian yang diperoleh dari lapangan. Analisis deskriptif diartikan sebagai prosedur pemecahan masalah yang disertai dengan pengembangan, menjelaskan keadaan subyek responden berdasarkan fakta-fakta yang tampak di lapangan (Kuncoro, 2003). Metode ini digunakan untuk menggambarkan keadaan variabel-variabel yang diteliti di lapangan secara deskriptif. Telah diketahui sebelumnya bahwa jawaban responden tersaji dalam skala Likert yang terdiri dari skor 1 sampai dengan skor

5. Setiap kategori jawaban dihitung frekuensi jawaban dan persentase jawabannya.

3.5.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk memastikan bahwa regresi yang dibangun merupakan model yang baik. Sesuai dengan desain dan model analisis yang digunakan dalam penelitian ini, ada 2 uji asumsi klasik yang digunakan, yakni uji normalitas data dan uji linieritas. Hasil dari uji asumsi klasik ini dijadikan dasar penentuan jenis analisis data yang akan dilakukan.

Uji normalitas data, merupakan pengujian yang bertujuan untuk memastikan bahwa data penelitian yang digunakan berdistribusi normal. Penentuan normal dan tidaknya data penting dalam proses pengambilan keputusan untuk memilih teknik analisis data yang digunakan. Uji normalitas dilakukan dengan kolmogorov-Smirnov test dan Shapiro-Wilk. Hasil pengujian menunjukkan nilai $\text{sig} = 0,012$ (Kolmogorov-Smirnov) dan $0,000$ (Shapiro-Wilk). Nilai Ini menunjukkan bahwa nilai $\text{sig} < 0,05$. Hal ini bermakna bahwa data terdistribusi secara tidak normal. Konsekuensi dari hasil pengujian ini adalah bahwa analisis tidak dapat dilakukan dengan menggunakan statistik parametrik. Kondisi ini mendorong penggunaan statistik non parametrik dalam melakukan analisis pada penelitian ini.

Pengujian linieritas bertujuan untuk menentukan apakah model linier dapat diterapkan dalam analisis pada penelitian ini. Dua metode pengujian dilakukan untuk memastikan apakah hubungan antar variabel termasuk dalam model linier atau tidak. Model pertama adalah *curve fitting with R square* dan model pengujian kedua adalah *anova test of linearity* (Garson, 2012). Berdasarkan hasil pengujian *curve fitting with R square* diketahui bahwa perbandingan nilai R square pada *linearity* dibandingkan dengan model lain (*quadratic* dan S) menunjukkan hasil berbeda (lihat table 3.6). Pada *entrepreneurial personal motivation* nilai R square tertinggi pada model kuadrat, namun menunjukkan hasil yang signifikan. Pada model linier menunjukkan angka 0,24 dan model S 0,21. Artinya model linier akan berpengaruh sebesar 24 % sedikit lebih baik jika dibandingkan dengan

model S yang hanya berpengaruh 21 %. Pada *entrepreneurial attitude*, nilai *R square* pada linier dan kuadratik menunjukkan nilai yang sama dan juga signifikan. Artinya kedua model ini dapat menganalisis sama baiknya. Pada ESE nilai linier lebih tinggi. Artinya lebih bagus menggunakan persamaan linier. Berdasarkan hasil pengujian pada *anova test for linearity* menunjukkan bahwa nilai *linierity* (lihat Tabel 3.6) semua variabel berada pada angka dibawah 0,05 ($p < 0,05$). Artinya dapat diestimasi bahwa model linier dapat digunakan untuk menganalisis data pada penelitian ini. Dari perbandingan hasil pada kedua metode pengujian menunjukkan bahwa model linier dapat digunakan dalam pengujian pada penelitian ini.

Tabel 3.5 Hasil Uji Asumsi Klasik

Variabel	Linierity to EI	Uji Normalitas	
		Kolmogorov-Smirnov ^a	Shapiro-Wilk
<i>Entrepreneurial personal motivation</i>	0,033	0,00	0,00
<i>Entrepreneurial attitude</i>	0,000	0,00	0,00
ESE	0,000	0,00	0,00
<i>Entrepreneurial intention</i>	-	0,00	0,00
<i>Unstandardized Residual</i>	-	0,912	0,00

Sumber: data primer diolah (2018)

Tabel 3.6 Hasil Uji Curve Fitt

No	Model	<i>Entrepreneurial Personal Motivation</i>		<i>Entrepreneurial Attitude</i>		ESE	
		<i>R Square</i>	P	<i>R Square</i>	P	<i>R Square</i>	P
1	Linearity	.024	0,29	.320	0,00	.561	0,00
2	Quadratic	.027	0,74	.320	0,00	.553	0,00
3	S	.021	0,20	.303	0,00	.560	0,00

Sumber: data primer diolah (2018)

3.5.3. Multiple Mediator Analisis

Tujuan utama dari penelitian ini adalah menganalisis peran mediator dari *entrepreneurial attitude* dan ESE dalam hubungan antara *entrepreneurial personal motivation* terhadap *entrepreneurial intention*. Untuk menjawab tujuan tersebut digunakan analisis yang relevan. Sesuai dengan rencana awal penelitian, penelitian ini akan menggunakan regresi linier dan regresi linier berganda dengan menggunakan uji mediasi *causal steps* (Baron & Kenny, 1986) dan Sobel test (1982, 1986). Kedua model pengujian tersebut mensyaratkan bahwa data yang

digunakan diasumsikan normal. Sesuai dengan uji normalitas yang telah dilakukan, diketahui bahwa data yang digunakan berdistribusi tidak normal. Dasar inilah yang membuat pengujian dengan kedua teknik tersebut tidak dapat dilakukan.

Bootstrapping teknik digunakan untuk pengujian *multiple* mediator (Hayes, 2009, 2018; Preacher & Hayes, 2008) dipilih dengan pertimbangan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi tidak normal. Teknik ini dapat digunakan pada data yang berdistribusi tidak normal (Hayes, 2009, 2018, Preacher & Hayes, 2004, 2008).

Langkah - langkah analisis yang dilakukan hampir sama dengan apa yang direkomendasikan oleh metode *causal stepss* (Baron & Kenny, 1986). Perbedaan hanya terletak pada mekanisme pengujian hipotesis dan perlakuan terhadap sampel. Tiga langkah pengujian *multiple* mediator yang diterapkan dalam penelitian ini adalah:

- Melakukan regresi dari independen variabel ke mediator (model 1: *entrepreneurial personal motivation* terhadap *entrepreneurial attitude* dan *entrepreneurial personal motivation* terhadap EI),
 - Melakukan regresi dari independen variabel dan mediator terhadap dependen variabel (model 2: *entrepreneurial personal motivation*, *entrepreneurial attitude*, dan ESE terhadap EI),
 - Melakukan regresi dari independen variabel terhadap dependen variabel (model 3: *entrepreneurial personal motivation* terhadap EI)
- (Baron & Kenny, 1986; Hayes, 2009; Preacher & Hayes, 2008)

Gambar 3.2 Desain Penelitian

Model 1a : $X_2 = aX_1 + \epsilon$
 Model 1b : $X_3 = bX_1 + \epsilon$
 Model 2 : $Y = cX_1 + dX_2 + eX_3 + \epsilon$
 Model 3 : $Y = c^1 X_1 + \epsilon$

Keterangan:

Y = *Entrepreneurial intention*
 X₁ = *Entrepreneurial personal motivation*
 X₂ = *Entrepreneurial attitude*
 X₃ = ESE
 ϵ = Variabel lain yang tidak teridentifikasi dalam model

Untuk menghitung pengaruh langsung dan tidak langsung dapat diikuti dengan kaidah sebagai berikut

- c¹ : Pengaruh total *entrepreneurial personal motivation* terhadap *entrepreneurial intention*
 a.b : Pengaruh tidak langsung spesifik dari *entrepreneurial personal motivation* terhadap *entrepreneurial intention* melalui *entrepreneurial attitude*
 d.e : Pengaruh tidak langsung spesifik dari *entrepreneurial personal motivation* terhadap *entrepreneurial intention* melalui ESE
 c : Pengaruh langsung *entrepreneurial personal motivation* terhadap *entrepreneurial intention*
 a.b-d.e: Total pengaruh tidak langsung dari *entrepreneurial personal motivation* terhadap *entrepreneurial intention*

Analisis regresi linier dan regresi linier berganda dilakukan dengan menjalankan Process 3.1 untuk SPSS yang dikembangkan oleh Hayes (2018). Alat analisis ini dapat secara langsung menyajikan pengujian pengaruh langsung dan tidak langsung pada sebuah model yang diuji. Kami menggunakan SPSS versi 22 untuk menganalisis semua data.

Uji signifikansi pada pengaruh tidak langsung, baik pengaruh tidak langsung total maupun pengaruh tidak langsung spesifik (H5) dilakukan dengan melihat rentang nilai C1 (*confidence interval*). Jika nilai nol berada pada rentang bawah (LLCI) dan rentang atas (ULCI) dan nilai koefisien pengaruh tidak langsung tidak sama dengan nol, maka H₀ ditolak dan H_a diterima (Hayes, 2009; Preacher & Hayes, 2004, 2008). Artinya peran mediator bersifat signifikan. Pengujian hipotesis 1 sampai dengan 4 dilakukan dengan ketentuan, jika $p < 0,05$ maka H₀ ditolak dan H_a diterima. Artinya terjadi pengaruh yang signifikan antar variabel yang diuji.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

4.1.Deskripsi Penelitian

Peneliti melakukan penelitian di SMK Negeri Tempursari Kabupaten Lumajang mulai 5 April 2018 sampai dengan 25 April 2018. Responden penelitian adalah siswa SMK Negeri Tempursari Tahun Pelajaran 2017/2018, yang terdiri dari kelas X, kelas XI dan kelas XII pada semua kompetensi keahlian yang ada di sekolah tersebut. Ukuran besar sampel adalah 194 siswa. Responden penelitian terdiri dari 103 orang siswa perempuan dan 91 siswa laki-laki. Rentang usia dari usia 16 sampai dengan usia 20 tahun. Deskripsi mengenai responden penelitian tersaji pada Tabel 4.1 – 4.3 berikut ini.

Tabel 4.1 Deskripsi Responden Menurut Kompetensi Keahlian

No.	Program Keahlian	Jumlah Siswa	%
1	Pemasaran	47	24,23%
2	Teknik Audio Video	39	20,10%
3	Agrobisnis Perikanan	22	11,86%
4	Agrobisnis Peternakan	23	11,93%
5	Teknik Sepeda Motor	32	16,49%
6	Teknik Informatika	31	15,98%
	Jumlah Sampel	194	100 %

Sumber : Dapodik SMK N Tempursari (2018)

Tabel 4.1 menggambarkan distribusi responden menurut kompetensi keahlian. Siswa pemasaran merupakan responden yang terbanyak. Untuk responden yang paling sedikit terlibat dalam penelitian ini adalah siswa kelas perikanan. Responden tidak dikelompokkan menurut kelas, namun dikelompokkan menurut kompetensi keahlian.

Tabel 4.2 Responden Menurut Jenis Kelamin

No	Jenis kelamin	Jumlah	%
1	Perempuan	103	53,09%
2	Laki-laki	91	46,91%

Sumber : data primer diolah (2018)

Tabel 4.3 Deskripsi Responden Menurut Usia

No	Usia	Jumlah	%
1	16	22	11,34
2	17	76	39,18
3	18	80	41,24
4	19	14	7,22
5	20	2	1,03
	Jumlah	194	100%

Sumber : data primer diolah (2018)

Penelitian dilakukan dengan proses sebagai berikut:

- a. Menyebarkan angket kepada responden. Kegiatan ini dilakukan mulai tanggal 8 April sampai dengan 15 April 2018. Sebelum mengisi angket, siswa dikondisikan di dalam kelas. Mereka mendapatkan pembekalan mengenai cara mengisi angket, dan tujuan pengisian angket. Jumlah siswa yang terlibat dalam proses pengisian angket ini adalah sebesar 201 siswa. Jumlah ini lebih besar dari jumlah sampel yang ditetapkan. Alasannya adalah untuk menjaga jika ada angket yang diisi tidak lengkap, atau jawaban yang diberikan responden tidak konsisten.
- b. Uji reliabilitas angket penelitian. Uji ini dilakukan pada semua instrument sesuai dengan besar sampel. Tujuannya untuk mengetahui releansi instrument dalam konteks budaya local
- c. Melakukukan rekap hasil pengisian angket yang dilakukan oleh para siswa. Dari hasil rekapitulasi diketahui bahwa dari 201 angket yang disebar, ada 5 angket yang pengisiannya tidak lengkap. Kemudian angket yang tidak lengkap tersebut dieliminasi.
- d. Tabulasi data ke dalam Tabel rekapitulasi jawaban responden
- e. Melakukan uji asumsi klasik dengan menggunakan aplikasi SPSS
- f. Melakukan uji hipotesis dan model analisis dengan menggunakan aplikasi SPSS 22 yang terintegrasi dengan Process 3.1 (Preacher & Hayes, 2004).
- g. Pengujian multiple mediator dilakukan dengan ketentuan model 4, bootstrapping 5000, LCI: 0,95
- h. Penyajian data hasil penelitian
- i. Pemaparan pembahasan hasil penelitian.

4.2. Deskripsi Variabel Penelitian

Ada empat variabel dalam penelitian ni yakni: *entrepreneurial personal motivation* (EPM) yang dinotasikan dengan simbol X_1 , *entrepreneurial attitude* (EA) yang dinotasikan dengan X_2 , *entrepreneurial self-efficacy* (ESE), yang dinotasikan dengan symbol X_3 , dan *entrepreneurial intention* (EI) yang dinotasikan dengan Y. Keempat variabel tersebut akan dideskripsikan secara singkat menggunakan kaidah statistic deskriptif.

Dari analisis statistik deskriptif yang telah dilakukan dapat diperoleh paparan data tentang *mean*, frekuensi dan standart deviasi. Tabel 4.4 menyajikan *mean*, dan standar deviasi pada setiap variabel. Distribusi frekuensi jawaban setiap responden pada setiap item pertanyaan pada variabel *entrepreneurial personal motivation* tersaji pada Tabel 4.5.

Tabel 4.4 Mean dan Standart Deviasi

No	Variabel	Mean	Standar Deviasi
1	<i>Entrepreneurial intention</i>	4.05285	0.692570
2	<i>Entrepreneurial attitude</i>	4.04228	0.704204
3	ESE	3.95041	0.547329
4	<i>Entrepreneurial personal motivation</i>	3.97192	0.641479

Sumber : data primer diolah (2018)

Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden pada Variabel *Entrepreneurial Personal Motivation*.

No	No.	1		2		3		4		5		Mean
	Kuisisioner	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	1	0	0	32	16,5	18	9,3	54	27,8	90	46,4	4,04
2	2	0	0	33	15	17	7,7	65	33,5	81	41,8	4,00
3	3	0	0	9	4,6	40	20,6	142	73,2	3	1,5	3,72
4	4	0	0	8	4,12	25	12,89	110	56,71	51	26,29	3,793
5	5	0	0	8	4,12	4	2,06	97	50	85	43,81	4,051
6	6	0	0	7	3,61	4	2,06	92	47,42	83	42,79	4,335
7	7	0	0	1	0,52	66	34,02	75	38,66	52	26,80	3,917
		Mean							3.97192			
		SD							0.641479			

Sumber : data primer diolah (2018)

Berdasarkan data yang tersaji pada Tabel 4.5 dapat diketahui bahwa item pertanyaan yang no. 6 memiliki nilai rata-rata yang tertinggi. Sedangkan nilai rata-rata terendah terdapat pada item pertanyaan no. 3. Item pertanyaan no 6 menanyakan motivasi mereka terkait dengan ingin mendapatkan penghargaan. Siswa memiliki motivasi untuk dihargai sangat kuat, sehingga nilai rata-rata item pertanyaan ini yang tertinggi. Untuk item pertanyaan nomor tiga terkait dengan motivasi untuk lebih mandiri. Item ini mendapatkan tanggapan yang laing rendah dari para siswa. Hal ini dapat dipahami mengingat para siswa masih sangat muda, mungkin mereka masih memiliki ketergantungan tinggi terhadap orang tua.

Uraian secara deskriptif tentang variabel *entrepreneurial attitude* tersaji pada Tabel 4.6. Dari Tabel tersebut dapat diperoleh informasi tentang detail

sebaran distribusi frekuensi pada setiap jawaban responden. Selain itu, dapat dilihat data tentang rata-rata pada setiap butir pertanyaan.

Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden pada Variabel *Entrepreneurial Attitude*

N0	No. kuisisioner	1		2		3		4		5		Mean
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	1	0	0	15	7,7	23	11,9	94	48,5	62	32	4,046
2	2	0	0	20	10,3	26	13,4	97	50	51	26,3	3,923
3	3	0	0	4	2,1	44	22,7	115	59,3	31	16	3,893
4	4	0	0	4	2,1	30	15,5	96	49,5	64	33	4,134
5	5	0	0	6	3,1	38	19,6	73	37,6	77	39,7	4,139
		Mean									4.04228	
		SD									0.704204	

Sumber : data primer diolah (2018)

Berdasarkan informasi yang tersaji pada Tabel 6 dapat diketahui bahwa item pertanyaan yang ke 5 dari aspek sikap terhadap wirausaha mendapatkan tanggapan yang paling positif. Hal ini bermakna bahwa jika para siswa diminta memilih karir sebagai pengusaha mereka sangat menyetujuinya. Oleh karena itu, item pertanyaan ini mendapatkan tanggapan yang paling tinggi. Item pertanyaan no. 3 mendapatkan nilai rata-rata paling rendah. Item pernyataan no 3 meminta tanggapan para siswa tentang sikap mereka jika para pelajar punya kesempatan, modal dan uang, apakah mereka akan mengambil tindakan nyata untuk menjadi pengusaha. Ternyata, mereka memberikan tanggapan lebih negatif jika atas pernyataan tersebut jika dibandingkan dengan pernyataan lainnya.

Uraian secara deskriptif tentang variabel ESE tersaji pada Tabel 4.7. Tidak jauh berbeda dengan penyajian Tabel pada variabel *entrepreneurial personal motivation*, Tabel 4.7 tersebut juga menyajikan tentang distribusi frekuensi jawaban responden pada tiap item pertanyaan pada variabel ESE serta skor rata-rata ESE yang diperoleh oleh responden.

Tabel 4.7 mendeskripsikan tingkat keyakinan siswa terhadap kemampuannya untuk menjadi seorang pengusaha. Item pertanyaan no 4 meminta tanggapan para siswa tentang kemampuannya dalam menyusun rencana bisnis. Pertanyaan ini memiliki nilai rata-rata tertinggi. Artinya siswa sangat yakin pada

kemampuannya untuk menyusun sebuah rencana bisnis. Hal ini bermakna bahwa kegiatan perencanaan bisnis yang merupakan bagian dari pendidikan kewirausahaan sangat mereka kuasai. Disisi lain, item pertanyaan no 8 yang terkait dengan keyakinan para siswa untuk meyakinkan orang lain bekerja dengan dirinya menunjukkan yang laing rendah. Para siswa menganggap meyakinkan orang lain lebih sulit jika dibandingkan dengan kegiatan lainnya.

Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden pada Variabel ESE

No	No. Kuisisioner	1		2		3		4		5		Mean
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	1	0	0	6	2,1	34	17,5	129	66,5	25	12,9	3,892
2	2	0	0	10	5,2	41	21,1	106	54,6	37	19,1	3,876
3	3	0	0	7	3,6	41	21,1	102	52,6	44	22,7	3,943
4	4	2	1	9	4,6	20	10,3	95	49	68	35,1	4,123
5	5	0	0	2	1	72	37,1	73	37,6	47	24,2	3,85
6	6	3	1,5	22	11,3	29	14,9	72	37,1	68	35,1	3,928
7	7	0	0	15	7,7	42	21,6	79	40,7	58	29,9	3,928
8	8	2	1,0	9	4,6	47	24,2	108	55,7	28	14,4	3,778
9	9	0	0	7	3,6	42	21,6	119	61,3	26	13,4	3,845
10	10	0	0	6	3,1	33	17,0	116	59,8	39	20,1	3,969
		Mean										
		SD										
		3.95041										
		0.547329										

Sumber : data primer diolah (2018)

Uraian secara deskriptif tentang variabel *entrepreneurial intention* tersaji pada Tabel 4.8. Tidak jauh berbeda dengan penyajian Tabel pada variabel *entrepreneurial personal motivation*, kedua Tabel tersebut juga menyajikan tentang distribusi frekuensi jawaban responden pada tiap item pertanyaan pada variabel *entrepreneurial intention* serta skor rata-rata *entrepreneurial intention* yang diperoleh oleh responden.

Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden pada Variabel Entrepreneurial Intention

No	No. kuisisioner	1		2		3		4		5		Mean
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	1	0	0	29	14,9	11	5,7	64	33	90	46,4	4,102
2	2	0	0	30	15,5	13	6,7	61	31,4	90	46,4	4,088
3	3	0	0	6	3,1	35	18,0	143	73,7	10	5,2	3,809
4	4	0	0	7	3,6	45	23,2	118	60,8	24	12,4	3,82
5	5	0	0	8	4,1	25	12,9	104	53,6	57	29,4	4,083
6	6	0	0	8	4,1	2	1	96	49,5	88	45,4	4,361
		Mean										
		SD										
		4.05285										
		0.692570										

Sumber : data primer diolah (2018)

Pemaparan data pada Tabel 4.8 menunjukkan pada kita bahwa item pertanyaan yang ke 6 menunjukkan nilai rata-rata yang tertinggi. Hal ini bermakna bahwa siswa benar-benar sangat memiliki ketertarikan yang tinggi untuk mampu membuat sebuah usaha secara mandiri suatu saat nanti. Disisi lain, item pertanyaan yang ke 3 menunjukkan nilai rata-rata yang paling rendah. Hal ini terkait dengan upaya keras yang harus dilakukan untuk mewujudkan mimpi menjadi pengusaha.

Jika ditelaah secara mendalam, terdapat sebuah pola unik yang tersaji pada nilai rata-rata tertinggi dan nilai rata-rata terendah. Aspek sikap menunjukkan nilai rata-rata tertinggi pada sikap terhadap karir menjadi wirausaha, hal ini sejalan pada nilai tertinggi pada niatan untuk menjadi pengusaha suatu saat nanti. Pada aspek ESE kemampuan menyusun rencana bisnis menjadi rata-rata yang tertinggi dan ingin dihargai pada aspek motivasi merupakan nilai rata-rata tertinggi. Hal ini menunjukkan secara kognitif para siswa ingin menjadi pengusaha. Jika dihadapkan pada sebuah upaya nyata, justru sebaliknya. Kemandirian pada aspek motivasi menunjukkan yang terendah. Artinya usaha untuk menjadi mandiri ditanggapi kurang baik jika dibandingkan dengan aspek lain. Pada aspek keyakinan, keyakinan siswa terhadap kemampuan untuk mempekerjakan orang lain juga yang terendah. Pada aspek intensi, keharusan untuk melakukan apa saja untuk mewujudkan keinginan menjadi pengusaha juga yang terendah. Pada aspek sikap juga menunjukkan bahwa jika punya kesempatan untuk mewujudkan menjadi pengusaha merupakan aspek yang terendah. Realita ini mengisyaratkan bahwa terkait dengan hal yang harus diperjuangkan, atau melakukan sebuah tindakan, dipersepsikan lebih negatif jika dibandingkan dengan aspek keinginan atau hanya bersifat kognitif.

4.3 Hasil Analisis Inferensial

Hasil pengujian statistik menggunakan SPSS 2.2 dengan Macro Process 3.1 menggunakan teknik *bootstrapping* 5000, 0,95 level of CI, tersaji pada Tabel 4.9 berikut ini.

Tabel 4.9 Korelasi Antar Variabel

Variabel	EA	ESE	EI	EI
EPM	0,0703	0,2736*	0,1444*	-0,0118
EA		-	-	0,3848*
ESE		-	-	0,4719*
R-sq	0,0094	0,0504	0,0245	0,6358

*p< 0.05. Sumber : data primer diolah (2018)

Dari hasil pengujian diketahui bahwa secara simultan motivasi berwirausaha, sikap berwirausaha dan ESE berpengaruh signifikan terhadap intensi berwirausaha dengan nilai R-sq sebesar 0,6358. Hal ini bermakna bahwa *entrepreneurial intention* dibentuk oleh motivasi berwirausaha, sikap dan ESE sebesar 63, 58%. Sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Hasil pengujian juga menunjukkan bahwa sikap, ESE dan *entrepreneurial personal motivation* secara parsial berpengaruh pada *entrepreneurial intention*. *Entrepreneurial personal motivation* berpengaruh signifikan pada ESE, sedangkan pada sikap berwirausaha tidak berpengaruh signifikan.

Pengaruh langsung dan tidak langsung antar variabel tersaji pada Tabel 4.10 berikut ini

Tabel 4.10 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung antar Variabel

No	Keterangan	Variabel effect					Completely standardized				
		Beta	SE	LLCI	LUCI	P	Beta	SE	LLCI	LUCI	p
1	Total X1 ke Y	0,144	0,066	0,015	0,274	0,029	-	-	-	-	-
2	Direct X1 ke Y	-	0,042	-0,094	0,07	0,777	-	-	-	-	-
3	Total indirect X1 ke Y melalui X2 dan X3	0,012	0,156	0,634	0,032	0,282	-	0,169	0,068	0,035	0,299
4	Indirect X1 ke Y melalui X2	0,027	0,024	-0,016	0,08	-	0,029	0,263	-0,017	0,086	-
5	Indirect X1 ke Y melalui X3	0,129	0,051	0,029	0,227	-	0,14	0,534	0,032	0,243	-

Sumber : data primer diolah (2018)

Tabel 4.10 menyajikan hasil uji mediasi pada sikap berwirausaha dan ESE. Hasil pengujian menunjukkan bahwa hanya ESE yang berperan sebagai mediator pada hubungan antara *entrepreneurial personal motivation* dan *entrepreneurial intention*. Pengaruh total dari motivasi berwirausaha terhadap minat wirausaha adalah sebesar 0,144. Pengaruh total tidak langsung adalah 0,1562. Pengaruh

tidak langsung motivasi berwirausaha melalui ESE terhadap minat wirausaha adalah 0,129.

Pengujian hipotesis mengikuti kaidah pengujian bahwa jika $p < 0,05$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak, atau dengan kata lain hubungan antar variabel tersebut signifikan. Untuk pengujian hipotesis pada pengaruh tidak langsung dilakukan dengan melihat nilai LLCI dan LUCI. Jika nol berada pada rentang nilai bawah dan atas CI, dan atau nilai beta pada pengaruh tidak langsung = 0 (0), maka H_a ditolak dan H_0 diterima. Artinya tidak terdapat pengaruh tidak langsung dari variabel yang diuji. Hasil pengujian hipotesis tersaji pada Tabel 4.12 berikut ini.

Tabel 4 11 Hasl Pengujian Hipotesis

No	Hipotesis	Kesimpulan
1	<i>Entrepreneurial personal motivation, entrepreneurial attitude</i> dan ESE secara simultan berpengaruh signifikan dan positif terhadap <i>entrepreneurial intention</i> siswa SMK Negeri Tempursari tahun pelajaran 2017-2018.	diterima
2	<i>Entrepreneurial attitude</i> berpengaruh signifikan dan positif pada <i>entrepreneurial intention</i> pada siswa SMK Negeri Tempursari tahun pelajaran 2017-2018	diterima
3	ESE berpengaruh signifikan dan positif pada <i>entrepreneurial intention</i> pada siswa SMK Negeri Tempursari tahun pelajaran 2017-2018	diterima
4	<i>Entrepreneurial personal motivation</i> berpengaruh signifikan dan positif secara parsial terhadap (a) <i>entrepreneurial attitude</i> ; (b) ESE, dan (c) <i>entrepreneurial intention</i> pada siswa SMK Negeri Tempursari tahun pelajaran 2017-2018.	a. Ditolak b. Diterima c. Ditolak
5	<i>Entrepreneurial personal motivation</i> berpengaruh signifikan dan positif secara tidak langsung terhadap <i>entrepreneurial intention</i> melalui (a) <i>entrepreneurial attitude</i> dan melalui (b) ESE pada siswa SMK Negeri Tempursari tahun pelajaran 2017-2018.	a. ditolak b. diterima

Sumber : data primer diolah (2018)

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang tersaji pada Tabel 4.11 dapat diketahui bahwa sebagian hipotesis yang telah diuji menunjukkan hasil yang memuaskan. Hipotesis 1, hipotesis 2, hipotesis 3, hipotesis 4b, dan hipotesis 5b menunjukkan hasil pengujian sesuai harapan. Keempat hipotesis tersebut dapat diterima. Sedangkan 3 hipotesis yang lain (H4a, H4c dan H5a) menunjukkan hasil sebaliknya. Penjelasan secara lebih terperinci mengenai hasil uji hipotesis tersebut tersaji pada bab 5 pada bagian pembahasan.

Berdasarkan rekapitulasi pengujian hipotesis yang tersaji pada Tabel 4.11 tersebut, maka dapat disajikan gambar model akhir dari penelitian yang telah dilaksanakan. Gambar 4.1 menyajikan model akhir dari hasil pengujian penelitian. Dari gambar tersebut dapat dilihat dengan jelas hubungan pada setiap jalur yang telah diuji.

Gambar 4.1 Model Akhir Penelitian

BAB V

PEMBAHASAN

Pada bagian ini, akan disajikan pemaparan secara rinci tentang hubungan antar variabel. Pemaparan hasil pengujian hipotesis dilakukan dengan menyajikan ulasan logis dan argumentasi yang kuat. Pemaparan diperkuat dengan dukungan teori dan hasil penelitian yang terdahulu.

5.1 Pengaruh Simultan antara Variabel Independen, Mediator terhadap Dependen Variabel

Pengujian hipotesis 1 terbukti dapat diterima. Hipotesis 1 menguji secara simultan *entrepreneurial personal motivation*, *entrepreneurial attitude*, dan ESE terhadap *entrepreneurial intention*. Sebenarnya hasil pengujian ini tidaklah mengejutkan. Mengingat, jika dibandingkan dengan berbagai temuan dan teori yang telah dipaparkan sebelumnya memberikan banyak bukti. Walaupun jika dikomparasi secara lebih detail berbeda, namun gabungan temuan dari beberapa penelitian dapat mengkonfirmasi bahwa temuan dalam penelitian ini memperkuat kajian teori yang telah ada.

Para peneliti terdahulu telah menunjukkan bukti bahwa secara simultan motivasi, sikap dan PBC (ESE) memberikan pengaruh terhadap *entrepreneurial intention* (García-Rodríguez dkk., 2016; Solesvik, 2013). Dalam konteks determinan intens pada variabel TPB, *entrepreneurial attitude* dan PBC (ESE) beserta variabel lain yang diuji, menunjukkan bahwa semua variabel tersebut secara simultan berpengaruh pada *entrepreneurial intention* (Al-Jubairi dkk., 2018; Autio dkk., 2001; Feola, dkk., 2017; Kautonen dkk., 2015; Iakosleva, dkk., 2011; Shiri dkk., 2017). Pengujian secara simultan *entrepreneurial attitude* dan motivasi terhadap *entrepreneurial intention* juga menunjukkan hasil yang signifikan (Mahendra, dkk., 2017). Pengujian ESE beserta variabel lain secara simultan terhadap *entrepreneurial intention* juga menunjukkan hasil yang signifikan (Bellò, dkk 2018; Chen dkk., 1998; De Vries dkk., 1988; Zhao dkk., 2005). Hasil penelitian yang telah dilakukan semakin memperkuat temuan penelitian sebelumnya tersebut.

Temuan penelitian ini memiliki makna bahwa *entrepreneurial personal motivation, entrepreneurial attitude, dan ESE* mampu memberikan pengaruh pada *entrepreneurial intention*. Ketiga variabel tersebut mampu membentuk *entrepreneurial intention* sebesar 63,58%. Nilai ini sangatlah besar jika dibandingkan dengan temuan penelitian sebelumnya. Kautonen, dkk. (2015) menemukan bahwa *entrepreneurial attitude*, PBC dan subjective norm berpengaruh sebesar 59% terhadap *entrepreneurial intention*. Linan dan Chen (2009) menemukan intensi dibentuk oleh *antecedent* dari *entrepreneurial intention* sebesar 55,5%, hasil yang lebih kecil ditemukan oleh Schleagel dan Koenig (2014) sebesar 39%. Walaupun memiliki perbedaan pada pembentuk *entrepreneurial intention* dengan ketiga penelitian tersebut, namun temuan ini mengisyaratkan bahwa variabel *entrepreneurial personal motivation, entrepreneurial attitude* dan *ESE* merupakan pembentuk yang kuat bagi *entrepreneurial intention*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *entrepreneurial intention* mampu dibentuk oleh *entrepreneurial personal motivation, entrepreneurial attitude, dan entrepreneurial self-efficacy* dengan sangat kuat. Ketiga variabel tersebut secara simultan memberikan pengaruh terhadap *entrepreneurial intention*. Artinya motivasi berwirausaha yang kuat, sikap berwirausaha yang positif dan keyakinan akan kemampuan diri yang spesifik tentang wirausaha telah berperan dalam membentuk minat seseorang untuk menjadi wirausaha.

5.2 Pengaruh *Entrepreneurial Attitude* terhadap *Entrepreneurial Intention*

Hipotesis 2 menguji pengaruh *entrepreneurial attitude* terhadap *entrepreneurial intention*. Hasilnya menunjukkan bahwa pengujian ini diterima. Sebenarnya hasil ini tidaklah mengejutkan, mengingat hampir semua kajian TPB dengan *entrepreneurial attitude* sebagai determinan terhadap *entrepreneurial intention* menunjukkan hasil yang konsisten (Al-Jubairi dkk., 2018; Autio dkk., 2001; Feola, dkk., 2017; Kautonen dkk., 2015; Iakosleva, dkk., 2011; Shiri dkk., 2017). Beberapa hasil penelitian menunjukkan bahwa *entrepreneurial attitude* merupakan variabel yang paling kuat berkontribusi dalam mempengaruhi *entrepreneurial intention* (Al-

Jubairi dkk., 2018; Iakosleva, dkk 2011; Linan, dkk (2011). Temuan dalam penelitian ini semakin menegaskan konsistensi pengaruh *entrepreneurial attitude* terhadap *entrepreneurial intention*.

Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa perubahan pada aspek sikap para siswa dapat merubah intensi wirausaha para siswa. Semakin positif sikap para siswa terhadap kewirausahaan, maka semakin positif pula peningkatan *entrepreneurial intention* para siswa. Dasar temuan ini dapat dijadikan pertimbangan penting bagi proses meningkatkan minat wirausaha para siswa. Membentuk sikap yang positif terhadap kewirausahaan akan memberikan peran berarti bagi peningkatan *entrepreneurial intention*.

Sikap merupakan cerminan persepsi seseorang terhadap sesuatu, dapat berupa persepsi positif maupun negatif. Dalam konteks penelitian ini, sikap seseorang yang positif akan semakin memperkuat seseorang terhadap minatnya dalam bidang wirausaha. Dari hasil analisis deskriptif diketahui bahwa aspek pertanyaan no. 5 pada variabel *entrepreneurial attitude* menunjukkan nilai rata-rata yang tertinggi. Item pertanyaan ini menanyakan tentang persepsi siswa terhadap pilihan karir sebagai wirausaha. Siswa memberikan tanggapan paling positif terhadap aspek ini. Persepsi positif terhadap pilihan karir sebagai wirausaha ini juga ditunjukkan dengan *entrepreneurial intention* yang tinggi. Hal ini menegaskan semakin positif seseorang bersikap terhadap wirausaha, akan membuat rasa ketertarikan yang lebih tinggi jika dibandingkan dengan mereka yang bersikap negatif terhadap wirausaha.

5.3 Pengaruh ESE terhadap *Entrepreneurial Intention*

Pengujian pada hipotesis 3 juga diterima. Artinya ESE berpengaruh positif dan signifikan terhadap *entrepreneurial intention*. Temuan ini juga memperkuat beberapa kajian yang telah dilakukan sebelumnya (Segal dkk. 2002; Wang, dkk. 2002). Temuan penelitian yang sama disampaikan oleh Baidi & Suyatno (2018), bahwa dalam konteks latar budaya Indonesia ESE berpengaruh signifikan dan positif terhadap *entrepreneurial intention*.

ESE merupakan elemen penting bagi pembentuk *entrepreneurial intention* (Boyd and Vozikis, 1994). Alasan ini lah yang mendorong integrasi ESE dalam model *entrepreneurial intention* (Boyd and Vozikis, 1994; De Vries, dkk. 1988; kruger dkk., 2000). Hasil integrasi ESE dalam model *entrepreneurial intention* yang telah dilakukan oleh para peneliti tersebut terbukti menunjukkan hasil yang memuaskan, bahwa ESE berpengaruh signifikan dan positif terhadap *entrepreneurial intention* (Boyd and Vozikis, 1994; De Vries, dkk. 1988; kruger dkk., 2000). Temuan penelitian lain yang juga menunjukkan hasil konsisten disampaikan oleh Bellò, dkk 2018; Chen dkk., 1998; DeNoble dkk., 1999; Kickul dkk., 2009; Zhao dkk., 2005). Beragam hasil penelitin tersebut diperkuat oleh hasil pengujian hipotesis 4 dalam penelitian ini.

Keyakinan siswa terhadap kemampuan yang dimiliki bahwa ia mampu berwirausaha akan memberikan pengaruh kuat terhadap intensi berwirausaha. Siswa yang tidak yakin akan kemampuannya bahwa mereka mampu berwirausaha tidak akan memiliki minat yang tinggi terhadap wirausaha. Namun sebaliknya, semaik kuat keyakinan siswa terhadap kewirausahaan akan memberikan semakin tinggi niat wirausaha mereka. Meningkatkan keyakinan wirausaha merupakan kunci bagi pembentuk niat wirausaha siswa.

Berdasarkan analisis deskriptif yang telah dilakukan diketahui bahwa keyakinan siswa terhadap kemampuannya dalam menyusun rencana bisnis menunjukkan skor rata-rata yang tertinggi. Hal inn mengisyaratkan keberhasilan pembelajaran wirausaha yang salah satu pokok kompetensi yang diajarkan pada siswa terkait dengan rencana bisnis. Disisi lain, temuan hasil penelitian ini menunjukkan kepada kita bahwa keyakinan yang kuat atas kemampuan siswa terhadap wirausaha akan mendorong lebih mudahnya siswa tertarik terhadap wirausaha. Siswa dengan keyakinan diri yang tignggi akan merasa lebih nyaman dengan wirausaha. Kenyamanan tersebut ditunjukkan dengan rasa tertarik yang tinggi terhadap wirausaha.

Kondisi ini tentu berbeda terhadap siswa yang memiliki keyakinan rendah terhadap kemampuan yang dimiliki untuk menjalankan proses wirausaha. Mereka dengan keyakinan diri yang rendah cenderung menjauhi proses wirausaha.

Ketertarikan siswa terhadap wirausaha juga lebih rendah. Mengingat siswa tidak yakin dengan kemampuan yang dimilikinya.

5.4 Pengaruh *Entrepreneurial Personal Motivation* terhadap *Entrepreneurial Attitude*, ESE dan *Entrepreneurial Intention*

Entrepreneurial attitude dan *entrepreneurial intention* tidak dipengaruhi secara signifikan dan positif oleh *entrepreneurial personal motivation* (H4a dan H4c). Hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian terdahulu. García-Rodríguez, dkk. (2016) menyampaikan temuan penelitiannya bahwa *entrepreneurial motivation* berpengaruh signifikan terhadap *entrepreneurial attitude* dan juga *entrepreneurial intention*. Penelitian yang dilakukan Mahendra, dkk (2017) juga menunjukkan hasil yang memperkuat beberapa hasil penelitian sebelumnya, bahwa *entrepreneurial motivation* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *entrepreneurial intention* dan juga terhadap *entrepreneurial attitude*. Jika hasil penelitian ini dibandingkan dengan penelitian terdahulu, maka ada hasil yang sangat berbeda. Penelitian yang dilakukan oleh para peneliti lain juga menunjukkan bahwa motivasi berwirausaha berpengaruh signifikan terhadap *entrepreneurial intention* (Collins dkk., 2004; Hui-Chen, dkk., 2014).. Hasil penelitian Solesvik (2013) menunjukkan temuan yang tidak jauh berbeda dengan penelitian bahwa *entrepreneurial personal motivation* tidak berpengaruh signifikan terhadap *entrepreneurial intention*.

Hasil dari penelitian ini memberikan sanggahan secara teoritis dengan hasil penelitian terdahulu (Tyska, dkk., 2011; Solesvik, 2013; García-Rodríguez, dkk., 2016; Mahendra, dkk., 2017; Barba-Sánchez dan Atienza-Sahuquillo, 2018). Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan logika bahwa semakin kuat *entrepreneurial personal motivation* seseorang, maka tidak akan berpengaruh besar terhadap minatnya untuk berwirausaha. Kekuatan motivasi tersebut tidak akan memberikan pengaruh juga terhadap sikap para siswa terhadap wirausaha. Sikap sebagai sebuah persepsi baik dan buruk tidak tergantung dari tinggi rendahnya *entrepreneurial personal motivation* seseorang. Penilaian baik dan buruk tersebut bukan cerminan dari tinggi rendahnya motivasi siswa untuk berwirausaha. Penilaian baik dan buruk terhadap wirausaha muncul sebagai hal

terpisah dari motivasi seseorang. Seseorang yang memiliki sikap yang positif terhadap wirausaha, tidak selalu memiliki motivasi wirausaha yang kuat. Penilaian baik dan buruk terhadap wirausaha tersebut muncul sebagai sesuatu yang lebih independen.

Sikap merupakan cerminan persepsi baik dan buruk terhadap sesuatu. Dalam konteks kewirausahaan, sikap terhadap wirausaha mencerminkan persepsi positif atau negative terhadap wirausaha. Dalam penelitian ini, diketahui bahwa motivasi seseorang tidak berhubungan terhadap sikap seseorang. Artinya seseorang dengan motivasi wirausaha yang rendah sangat mungkin memiliki sikap yang positif. Begitu juga sebaliknya. Aspek persepsi baik dan buruk lebih dominan dibentuk oleh pengetahuan, pengalaman, dan informasi yang diperoleh tentang apa yang dipersepsikan. Seseorang yang berkeinginan kuat menjadi wirausaha, namun punya pengalaman buruk tentang wirausaha sangat mungkin akan mempersepsikan wirausaha secara negative. Walaupun aspek motivasi wirausaha mereka tinggi, namun karena pengalaman yang buruk mereka akan tetap mempersepsikan negative. Persepsi yang positif atau negative dari seseorang terhadap wirausaha, bukanlah merupakan cerminan tinggi dan rendahnya motivasi seseorang.

Hipotesis 4b menyatakan bahwa *entrepreneurial personal motivation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap ESE. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa hipotesis 4b dapat diterima. Penelitian ini mengkonfirmasi bahwa *entrepreneurial personal motivation* berpengaruh signifikan dan positif terhadap ESE. Hal ini bermakna bahwa semakin kuat motivasi untuk berwirausaha, maka semakin besar keyakinan untuk sukses dalam menjalankan sebuah bisnis. Perubahan pada aspek motivasi akan turut berpengaruh dan membentuk perubahan pada aspek ESE. Yi dan Duval-Couetil (2018) mengkonfirmasi pengaruh motivasi terhadap *self-efficacy*. Lebih lanjut Yi dan Duval-Couetil (2018) menemukan relasi positif dan signifikan antara *motivation to creation* dengan *technology self-efficacy*.

Entrepreneurial personal motivation yang dikembangkan oleh Autio, dkk. (2001) terdiri dari beberapa aspek, salah satunya *achievement motives* dan *need to*

independent. Scherer, dkk. (1991) menemukan bahwa *achievement moive* berpengaruh signifikan dan positif terhadap ESE. Tyszka dkk. (2011) melakukan perbandingan motivasi dan ESE pada para *entrepreneur* dan *non-entrepreneur*. Hasil pengujian menunjukkan bahwa para wirausaha memberikan tingkat motivasi yang lebih tinggi jika dibanding dengan para pekerja. Begitu juga dengan ESE. Dalam konteks penelitian yang dilakukan oleh Tyszka dkk. (2011) mengisyaratkan bahwa semakin tinggi motivasi seseorang, maka semakin kuat ESE yang ada pada diri mereka. Lebih lanjut Tyszka dkk. (2011) menjelaskan bahwa *need for independent* lebih berpengaruh bagi *entrepreneur*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *entrepreneurial personal motivation* merupakan hal penting bagi pembentuk keyakinan diri pada siswa. ESE mencerminkan keyakinan yang spesifik tentang kemampuan untuk mengelola dan menjalankan sebuah bisnis. Semakin kuat motivasi seseorang, maka besar kemungkinan untuk mereka yang memiliki motivasi yang kuat akan lebih menyiapkan diri untuk menjadi pengusaha. Siswa dengan motivasi wirausaha yang kuat akan menyiapkan diri dengan hal konkret sebagai bekal akan menjadi pengusaha. Oleh karena mereka telah menyiapkan diri untuk menjadi pengusaha, maka akan semakin kuat keyakinan siswa untuk menjadi pengusaha.

Pengujian hipotesis 4c yang menyebutkan bahwa *entrepreneurial personal motivation* berpengaruh signifikan terhadap *entrepreneurial intention* juga dapat diterima. Ada dua hasil pengujian yang berbeda dalam menguji H2c ini. Pengujian pertama menunjukkan hasil yang signifikan. Pengujian ini menguji *entrepreneurial personal motivation* terhadap *entrepreneurial intention* tanpa melibatkan variabel mediator (*entrepreneurial attitude* dan ESE.). Pengujian kedua dengan melibatkan *entrepreneurial personal motivation*, *entrepreneurial attitude* dan ESE secara bersama-sama terhadap *entrepreneurial intention*. Hasil pengujian menunjukkan bahwa pengujian pertama bahwa *entrepreneurial personal motivation* terhadap *entrepreneurial intention* positif dan signifikan. Sedangkan pengujian kedua menunjukkan hasil yang kontradiktif, bahwa *entrepreneurial personal motivation* terhadap *entrepreneurial intention* tidak

signifikan. Hasil ini sejalan dengan Solesvik, (2013) yang menunjukkan dua hasil pengujian yang berbeda. Pengujian pertama yang dilakukan oleh Solesvik, (2013) menunjukkan bahwa *entrepreneurial motivation* berpengaruh terhadap *entrepreneurial intention*. Pengujian ke dua dengan mengintegrasikan variabel mediator, maka menunjukkan bahwa *entrepreneurial personal motivation* terhadap *entrepreneurial intention* tidak signifikan. Perbedaan hasil dari dua pengujian tersebut menunjukkan peran variabel mediator dalam model mereduksi pengaruh langsung *entrepreneurial personal motivation* terhadap *entrepreneurial intention*.

Dua hasil pengujian yang berbeda tersebut menunjukkan peran mediator dari variable yang diuji. Pengujian *entrepreneurial personal motivation* terhadap *entrepreneurial intention* tanpa variable mediator menunjukkan bahwa peran pengaruh total dari *entrepreneurial personal motivation* terhadap *entrepreneurial intention*. Pengaruh total menunjukkan hasil yang signifikan. Pengujian kedua menunjukkan pengaruh langsung *entrepreneurial personal motivation* terhadap *entrepreneurial intention*. Hasil pengujian menunjukkan tidak signifikan. Hasil ini menunjukkan peran mediator dari variable yang diuji. Hasil ini menunjukkan bahwa *entrepreneurial personal motivation* terhadap *entrepreneurial intention* berpengaruh secara tidak langsung melalui variable mediator.

Para peneliti terdahulu telah menunjukkan peran positif dan signifikan dari *entrepreneurial motivation* terhadap *entrepreneurial intention* (García-Rodríguez dkk., 2016; Mahendra dkk., 2017; Scherer, dkk., 1991). Temuan yang ditunjukkan oleh Engle dkk. (2010) menunjukkan bahwa variabel motivasi yang meliputi *achievement motive*, *autonomy* dan *financial motive* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *entrepreneurial intention*. Hasil ini telah diperkuat oleh temuan penelitian yang telah dilakukan pada penelitian ini.

5.5 Peran Mediasi *Entrepreneurial Attitude* dan ESE

Hasil pengujian pada hipotesis 5a bertentangan dengan temuan penelitian sebelumnya (García-Rodríguez dkk., 2016; Solesvik, 2013). *Entrepreneurial attitude* merupakan full mediator bagi *entrepreneurial personal motivation*

terhadap *entrepreneurial intention* (Solesvik, 2013). Sedikit berbeda, García-Rodríguez dkk. (2016) menemukan bahwa *entrepreneurial attitude* merupakan mediator parsial dari *entrepreneurial personal motivation* terhadap *entrepreneurial intention*. Kajian yang dilakukan oleh Zhang dan Cain (2017) juga menunjukkan bahwa *entrepreneurial attitude* mampu menjadi full mediator bagi *entrepreneurial intention*. Temuan yang lebih kini menunjukkan bahwa *entrepreneurial attitude* merupakan full mediator bagi *entrepreneurial intention* dari *antecedent* pada variabel *intention* (Al-Jubairi, dkk., 2018).

Perbedaan hasil pengujian tentang peran mediator pada variabel *entrepreneurial attitude* dalam konteks penelitian ini merupakan temuan peneliti yang menarik. Inkonsistensi *entrepreneurial attitude* sebagai variabel mediator terjadi dalam konteks penelitian ini mungkin terjadi karen faktor budaya (Kautonen, dkk., 2015). Pada penelitian ini menggunakan latar budaya Indonesia, sedangkan pada penelitian terdahulu menggunakan latar budaya berbeda. Kemungkinan lain terjadi akibat perbedaan tingkat pendidikan (Le, 1999) dan kelompok usia (Hatak, dkk, 2015). Mengingat penelitian ini dilakukan pada kelompok usia yang lebih muda, dari segi pendidikan juga lebih rendah. Beberapa penelitian terdahulu mengambil partisipan mahasiswa (Al-Jubairi, dkk., 2018; García-Rodríguez dkk., 2016; Solesvik, 2013; Zhang dan Cain, 2017), sedangkan penelitian ini menggunakan kelompok partisipan siswa sekolah menengah kejuruan.

Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa *entrepreneurial attitude* bukan merupakan mediator dari *entrepreneurial personal motivation* terhadap *entrepreneurial intention*. Hal ini bermakna bahwa hubungan antara *entrepreneurial personal motivation terhadap terhadap entrepreneurial intention* tidak dapat dimediasi oleh sikap seseorang. Apapun sikap yang ditunjukkan oleh siswa, apakah positif atau negative tidak dapat menjadi mediator bagi hubungan antar variable tersebut. Secara simultan, motivasi tidak berpengaruh langsung terhadap intensi.

Hipotesis 5b menyatakan bahwa ESE merupakan mediator dari *entrepreneurial personal motivation* terhadap *entrepreneurial intention*. Hasil

pengujian menunjukkan bahwa hipotesis 5b tersebut dapat diterima. Ada 3 alasan pengujian hipotesis ini dapat diterima, pertama *entrepreneurial personal motivation* terhadap ESE berpengaruh signifikan (variabel independen terhadap mediator). Kedua pengaruh dari ESE terhadap *entrepreneurial intention* juga menunjukkan hasil yang positif dan signifikan (mediator terhadap dependen). Ketiga, pengujian secara simultan dari *entrepreneurial personal motivation*, *entrepreneurial attitude*, dan ESE terhadap *entrepreneurial intention* menunjukkan hasil bahwa *entrepreneurial personal motivation* terhadap *entrepreneurial intention* tidak signifikan (independen ke dependen). Mengacu pada Baron dan Kenny (1986), bahwa 3 syarat pengujian variabel mediator telah terpenuhi. Hal ini menandakan bahwa ESE merupakan full mediator dari *entrepreneurial personal motivation* terhadap *entrepreneurial intention*. Secara statistik, hasil pengujian menunjukkan hasil yang signifikan. mengacu pada Hayes (2018) bahwa jika antara *low level* dan *upper level* dari CI tidak terdapat nilai nol (nol), maka H_0 ditolak, dan H_a diterima. Artinya hubungan tidak langsung dari *entrepreneurial personal motivation* terhadap *entrepreneurial intention* terbukti signifikan.

Hasil pengujian yang serupa ditunjukkan oleh Solesvik (2013) bahwa PBC (ESE) merupakan full mediator dari *entrepreneurial motivation* terhadap *entrepreneurial intention*. Kemampuan ESE sebagai mediator dari determinan variabel *entrepreneurial intention* juga telah dibuktikan oleh beberapa peneliti sebelumnya (Bellò, dkk 2018; Prabhu dkk., 2012; Zhang dan Cain, 2017; Zhao dkk., 2005).

Temuan penelitian bahwa ESE merupakan mediator bagi *entrepreneurial personal motivation* terhadap *entrepreneurial intention* merupakan sebuah temuan menarik. Mengingat temuan penelitian terdahulu belum ada yang melakukan pengujian yang sama persis dengan model yang dikaji saat ini. Solesvik (2013) menguji peran PBC sebagai mediator dari *entrepreneurial motivation* terhadap *entrepreneurial intention*. ESE terbukti berperan sebagai mediator dari *creativity* terhadap *entrepreneurial intention* (Bellò, dkk 2018), *risk aversion* terhadap *entrepreneurial intention* menunjukkan pengaruh tidak langsung melalui ESE

sebagai full mediator (Zhang dan Cain, 2017). Zhao dkk. (2005) dapat membuktikan peran mediator dari ESE pada hubungan antara persepsi terhadap pembelajaran kewirausahaan secara formal, pengalaman wirausaha, dan keberanian mengambil resiko terhadap *entrepreneurial intention*. *Proactive personality* terhadap *entrepreneurial intention* juga menempatkan ESE sebagai mediator (Prabhu dkk., 2012)

Temuan penelitian tentang peran mediator ESE pada hubungan antara motivasi berwirausaha dan minat wirausaha hampir sama dengan temuan penelitian yang dilakukan oleh Yi dan Duval-Couetil (2018). Penelitian tersebut (Yi dan Duval-Couetil, 2018) mengkaji pengaruh multi dimensi motivasi terhadap *entrepreneurial intention* melalui multi dimensi *self-efficacy*. Kajian tersebut mengukur pengaruh *motivation for creation and solution*, *motivation for personal interest* dan *managerial motivation* terhadap *entrepreneurial intention* melalui *venturing self-efficacy* dan *technology self-efficacy*. Hasil penelitian menunjukkan hanya *technology self-efficacy* yang berperan sebagai hubungan antara *motivation for creation and solution* terhadap *entrepreneurial intention*. Sedangkan variabel lain tidak terbukti. Walaupun berbeda konteks, temuan penelitian ini memiliki pola dasar yang sama, yakni peran mediator *self-efficacy* sebagai mediator pada hubungan antara motivasi dan intensi.

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Penelitian ini telah berhasil melakukan pengujian peran mediator dari *entrepreneurial attitude* dan ESE pada relasi antara *entrepreneurial personal motivation* terhadap *entrepreneurial intention*. Hasil pengujian menunjukkan bahwa pengaruh *entrepreneurial personal motivation* terhadap *entrepreneurial intention* dapat dimediasi oleh ESE. Peran mediasi *entrepreneurial attitude* tidak dapat terbukti. *Entrepreneurial personal motivation* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap ESE. *Entrepreneurial attitude* terhadap *entrepreneurial intention* juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan. Hal yang sama juga ditunjukkan oleh pengaruh ESE terhadap *entrepreneurial intention*.

6.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah disusun, maka dapat diberikan beberapa rekomendasi sebagai berikut:

1. Untuk meningkatkan *entrepreneurial intention* pada siswa, dapat dilakukan dengan meningkatkan dan membangun sikap yang positif, meningkatkan ESE dan motivasi siswa. Cara yang dapat ditempuh oleh sekolah adalah dengan melakukan pemetaan terhadap *entrepreneurial personal motivation*, *entrepreneurial attitude*, ESE, dan *entrepreneurial intention*. Kedua, dilakukan dengan melibatkan kegiatan konseling yang dilakukan oleh guru BK. Untuk program pendidikan kewirausahaan dilakukan dengan menerapkan *positive learning* yang diharapkan dapat membantu siswa menemukan motivasi yang kuat, membangun sikap yang positif, membangun keyakinan yang kuat dan meningkatkan minat terhadap wirausaha.
2. Bagi program pendidikan kewirausahaan, sebaiknya penting menyusun program yang dapat membantu meningkatkan *entrepreneurial personal motivation* siswa, membangun sikap yang positif dan keyakinan yang kuat.

Cara yang dapat dilakukan dengan melakukan *entrepreneurial training camp*, magang wirausaha, memberikan pengalaman wirausaha pada siswa, dan melaksanakan *program partnership* dengan para pengusaha, agar tercipta hubungan yang sinkron antara sekolah, mitra pengusaha dan siswa.

3. Bagi para peneliti lain, dapat dilakukan pengembangan dengan melakukan penelitian dengan ruang lingkup yang lebih luas. Misalnya melakukan penelitian antara hubungan antara *entrepreneurial intention* dan *actual action*.

DAFTAR RUJUKAN

- Acheampong, G., & Tweneboah-Koduah, Y. E. (2017). Does Past Failure Inhibit Future Entrepreneurial Intent? Evidence from Ghana. *Journal of Small Business and Enterprise Development*. doi:10.1108/JSBED-03-2017-0128
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. doi:10.1016/0749-5978(91)90020-T
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (2000). Attitude and The Attitude-Behavior Relation: Reasoned and Automatic Processes. *European Review of Social Psychology*, 11 (1).
- Ajzen, I. (2001). Nature And Operation of Attitudes. *Annual Review of Psychology*, 52, 27–58. doi:10.1146/annurev.psych.52.1.27
- Ajzen, I. (2002). Perceived Behavioral Control, Self-Efficacy, Locus Of Control, And The Theory Of Planned Behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 32(4), 665–683. doi:10.1111/j.1559.1816.2002.tb00236.x
- Autio, E., & Kauranen, I. (1994). Technologist-entrepreneurs versus non-entrepreneurial technologists: Analysis of motivational triggering factors. *Entrepreneurship and Regional Development*, 6(4), 315–328. <https://doi.org/10.1080/08985629400000019>
- Autio, E., Keeley, R. H., Klofsten, M., Parker, G. G. C., & Hay, M. (2001). Entrepreneurial Intention Among Student in Scandinavia And in the Usa. *Enterprise and Innovation Management Studies*, 22, 145–16. doi:10.1080/14632440110094632
- Bandura, A (1993), Perceived Self-Efficacy in Cognitive Development and Functioning. *Education Psychologist*, 28 (2), 117-148.
- Barba-Sánchez, V. & Atienza-Sahuquillo, C. (2018). Entrepreneurial Intention Among Engineering Students: The Role of Entrepreneurship Education. *European Research on Management and Business Economics*, 24, 53–61. doi:10.1016/j.iedeen.2017.04.001
- Barbosa, S. D. (2007). The Role of Cognitive Style And Risk Preference on Entrepreneurial Self-Efficacy and Entrepreneurial Intentions. *Journal of Leadership and Organizational Studies*, 13 (4), 86-104.
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173–1182. <https://doi.org/10.1037//0022-3514.51.6.1173>
- Bellò, B., Mattana, V., & Loi, M. (2018). The Power of Peers: A New Look at The Impact of Creativity, Social Context And Self-Efficacy on Entrepreneurial Intentions. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 24 (1), 214-233. doi:10.1108/JEBR-07-2016-0205
- Bird, B. (1988). Implementing Entrepreneurial Ideas: The CASE for Intention. *Academy of Management Review*. 13, 442-453.
- Boyd, N. G., & Vozikis, G. S. (1994). The Influence of Self-Efficacy On The

- Development Of Entrepreneurial Intentions And Actions. *Entrepreneurship Theory & Practice*, 18, 63-77.
- BPS. (2018), "Keadaan ketenagakerjaan Indonesia Pebruari 2018", *Berita Resmi Statistik*, No. 42/05 Vol. 21. Available from <http://www.BPS.go.id/pressrelease/2018/05/07/1484/februari-2018>. tingkatpengangguran-terbuka-tpt-sebesar-5-13-persen-ratarata-upah-buruh-per-bulan--sebesar-2-65-juta-rupiah.html (Accessed 10 August 2018)
- Chen, C. C, Greene, P. G., & Crick, A. (1998). Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers? *Journal of Business Venturing*, 13(4), 295–316. doi:10.1016/S0883-9026(97)00029-3
- Collins, C., Hanges, P. & Locke, E.A. (2004). The Relationship of Achievement Motivation to Entrepreneurial Behavior: A Meta-Analysis. *Human Performance*, 17 (1), 95-117.
- De Vries, H., Dijkstra, M., & Kuhlman, P. (1988). Self-efficacy: The Third Factor Besides Attitude And Subjective Norm As A Predictor Of Behavioural Intentions. *Health Education Research Theory & Practice*, 3 (3), 273-282.
- Douglas, J. E., & Fitzslmmons, J. R. (2013). Intrapreneurial intention versus entrepreneurial intention: distinct construct with diferent antecedent. *Small Business Economic*, 41 (1), 115-132.
- Engle, L. R, Dimitriadi, N, Gavida, J. V, Delamoe, S, He, X., & Buane, S. (2010). Entrepreneurial Intention: Twelve-Country Evidence of Ajzen Model of Planed Behavior. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 16 (1), 35-67. doi:10.1108/13552551011020063
- Feola, R., Vesci, M., Botti, A., Parente, R. (2017). The Determinants of Entrepreneurial Intention of Young Researchers: Combining the Theory of Planned Behavior with the Triple Helix Model. *Journal of Small Business Management*, doi:10.1111/jsbm.12361.
- García-Rodríguez, J. F., Gil-Soto, E., Ruiz-Rosa, I., & Gutiérrez-Taño, D. (2016). Entrepreneurial Process In Peripheral Regions: The Role Of Motivation And Culture. *European Planning Studies*. doi:10.1080/09654313.2016.1262827
- Hatak, I., Harms, R. and Fink, M. (20151). Age, Job Identification and Entrepreneurial Intention. *Journal of Managerial Psychology*. 30 (1), 38-53
- Hayes, A. F. (2018). *Introduction to Mediation, Moderation, and Conditional Process Analysis. A Regression-based Approach*. (T. D. Litle, Ed.) (second edi). New York: The Guilford Press.
- Hayes, A. F. (2009). Beyond Baron and Kenny : Statistical Mediation Analysis in the New Millennium. *Communication Monographs*, 76(4), 408–420. <https://doi.org/10.1080/03637750903310360>
- Herron, L. and Sapienza, H.J (1992). The Entrepreneur and The Initiation of New Venture Launch Activities. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 17 (1), 49-55.
- Ilouga, S. N., Mouloungni, A. C. N., & Sahut, J. M. (2014). Entrepreneurial Intention And Career Choices: The Role Of Volition. *Small Business Economics*, 42 (4), 717-728. doi:10.1007/sl 1187-013-9524-6.
- Kautonen, T., Van Gelderen, M., & Fink, M. (2015). Rebusness of The Theory Of Planed Behaviour In Predicting Entrepreneurial Intention And Action, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39 (3), 655-

- 674.doi:10.1111./etap.12056
- Krejcie, R. V., & Morgan, R. W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30, 607-610.
- Kuncoro, M. (2003). *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Iakovleva, T., Kolvereid, L., & Stephan, U. (2011). Entrepreneurial Intension In Developing And Developed Countries. *Journal Education and Training*, 53 (5), 353-370.
- Liaw, S. (2004). The Theory of Planned Behaviour Applied to Search Engines as A LearningTool. *Journal of Computer Assisted Learning*, 20, 283-291.
- Le, A.T. (1999). Empirical studies of self-employment. *Journal of Economic Surveys*, 13(4), 381-416.
- Lee, L., Wong, P. K., Foo, M. D., & Leung, A. (2011). Entrepreneurial intentions: the influence oforganizational and individual factors. *Journal of Business Venturing*, 26 (1), 124-136.
- Liñán, F. (2008). Skill And Value Perceptions: How do They Affect Entrepreneurial Intentions? *International Entrepreneurship Management Journal*, 4257-272. doi:10.1007/s11365-008-0093-0
- Liñán, F., dan Santos. F. J. (2007). Does Social Capital Affect Entrepreneurial Intentions? *International Atlantic Economic Society*, 13, 443-453.
- Liñán, F., & Chen, Y. (2009).Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions.*Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 593-617. doi:10.1111/j.1540-6520.2009.00318.x
- Liñan, F., Urbano, D., & Guerrero, M. (2011). Regional Variations in Entrepreneurial Cognitions: Start-Up Intentions of University Students In Spain. *Entrepreneurship and Regional Development*, 23(3-4), 187-215. doi:10.1080/08985620903233929
- Mahendra, A. M., Djatmiko, E. T., & Hermawan, A. (2017). The Effect of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Intention Mediated by Motivation And Attitude Among Management Students, State University of Malang, Indonesia. *International Education Studies*, 10 (9), 61-69. doi:10.5539/ies.v10n9p61
- McGee, J. E., Peterson, M., Mueller, S. L., & Sequeira, J. M. (2009). Entrepreneurial Self-Efficacy: Refining The Measure. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 965-989. doi: 10.1111/j.1540-6520.2009.00304.x
- Morales-Gualdrón, S. T., Antonio, G. C., Salvador, R. D. (2009). The Entrepreneurial Motivation in Academia:A Multidimensional Construct, *International Entrepreneurship Management Journal*, 5, 301-317/doi.10.1007/s11365-009-0113-8
- Pihie, Z. A. L. (2009). Entrepreneurship As A Career Choice: An Analysis Of Entrepreneurial Self-Efficacy And Intention of University Students. *European Journal of Social Sciences*, 9 (2), 338-349
- Preacher, K. J., & Hayes, A. . (2004). SPSS and SAS procedures for estimating indirect effects in simple mediation models. *Behavior Research Methods, Instruments, & Computers*, 36(4), 717-731. <https://doi.org/10.3758/BF03206553>
- Preacher, K. J., & Hayes, A. . (2008). Asymptotic and resampling strategies for

- assessing and comparing indirect effects IN MULTIPLE MEDIATOR MODELS. *Behavior Research Methods*, 40(3), 879–891.
<https://doi.org/10.3758/BRM.40.3.879>
- Ridha, R. N., Burhanuddin, Wahyu, B. P. (2017). Entrepreneurship Intention in Agricultural Sector of Young Generation In Indonesia. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 11 (1), 76-89.
- Santos, F. J., Roomi, M. A., & Liñán, F. (2016). About Gender Differences and The Social Environment in the Development of Entrepreneurial Intentions. *Journal of Small Business Management*, 54 (1), 49-66.
 doi:10.1111/jsbm.12129
- Scherer, R. F., Brodzinski, J. D., & Wiebe, F. (1991). Examining The Relationship Between Personality And Entrepreneurial Career Preference. *Entrepreneurship & Regional Development: An International Journal*, 3, (2), 195-206. doi:10.1080/08985629100000013
- Schmutzler, J., Andonova, V., & Diaz-Serrano, L. (2018). How context shapes entrepreneurial self-efficacy as a driver of entrepreneurial intentions: A multilevel approach. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 1–41.
 doi:10.1177/1042258717753142
- Sesen, H. (2013) Personality or environment? A comprehensive study on the entrepreneurial intentions of university students. *Education + Training*, 55 (7), 624-640. doi:10.1108/ET-05-2012-005
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The Promise of Entrepreneurship as A Field of Research. *Academy of Management Review*, 25 (1), 217-226.
- Shiri, N., Shinnar, R. S., Mirakzadeh, A.A & Zarafshani, K. (2017). Cultural Values and Entrepreneurial Intentions Among Agriculture Students in Iran. *International Entrepreneurship Management Journal*. doi:10.1007/s11365-017-0444-9
- Solesvik, M. Z. (2013). Entrepreneurial Motivations And Intentions: Investigating The Role Of Education Major. *Education + Training*, 55 (3), 253-271.
 doi:10.1108/00400911311309314
- Soutaris, V., Stefania, Z., & Andreas, A. (2007). Do Entrepreneurship Programmes Raise Entrepreneurial Intention of Science and Engineering Students? The Effect of Learning, Inspiration and Resources. *Journal of Business Venturing*, 22, 566–591.
- Stevenson, H. H. (1994). *A Perspective on Entrepreneurship in the Entrepreneurial Venture*. Boston: Harvard Business School Publications.
- Thomson, E. R. (2009). Individual entrepreneurial intent: Construct clarification and development of an internationally reliable metric. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 669-694.
- Tiwari, P., Bhat, A. K & Tikoria, J. (2017). The role of emotional intelligence and self-efficacy on social entrepreneurial attitudes and social entrepreneurial intentions. *Journal of Social Entrepreneurship*.
 doi:10.1080/19420676.2017.1371628.
- Tietz, M. A., & Parker, S. C. (2012). How do Intrapreneurs And Entrepreneurs Differ In Their Motivation To Start A New Venture? *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 32 (4).
- Tyszka, T., Cie'slik, J., Domurat, A., & Macko, A. (2011). Motivation, self-

- efficacy, and risk attitudes among entrepreneurs during transition to a market economy. *J. Socio-Econ.* doi:10.1016/j.socec.2011.01.011
- Van Gelderen, M., Brand, M., van Praag, M., Bodewes, W., Poutsma, E., & van Gils, A. (2008). Explaining Entrepreneurial Intentions by Means of The Theory of Planned Behaviour. *Career Development International*, 13(6), 538–559.
- Wibowo, A., Saptono, A. and Suparno. (2018), “Does teachers “ creativity impact on vocational students “ entrepreneurial intention?”, *Journal of Entrepreneurship Education*, Vol. 21 No. 3, pp. 1–12.
- Wilson, F., Kickul, J., & Marlino, D. (2007). Gender, Entrepreneurial Self-Efficacy, And Entrepreneurial Career Intentions: Implications for Entrepreneurship Education. *Entrepreneurship: Theory and Practice*.
- Yi, S., & Duval-Couetil, N. (2018). What Drives Engineering Students To Be Entrepreneurs ? Evidence of Validity for an Entrepreneurial Motivation Scale. *Journal of Engineering Education*, 107(2). <https://doi.org/10.1002/jee.20199>
- zZhang, P., & Cain, K. W. (2017). Reassessing The Link Between Risk Aversion And Entrepreneurial Intention: The Mediating Role Of The Determinants of Planned Behavior. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*. 23 (5) 793-811. [doi:10.1108/IJEBr-08-2016-0248](https://doi.org/10.1108/IJEBr-08-2016-0248)
- Zhao, H, Scott, E. S., Gerald, E. H. (2005). The Mediating Role of Self-Efficacy in the Development of Entrepreneurial Intentions’, *Journal of Applied Psychology*, vol. 90, no. 6, pp. 1265-1272

Lampiran 1

UJI RELIABILITY DAN VALIDITAS

ENTREPRENEURIAL INTENTION

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.916	.927	6

Item Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
Y1	4.1082	1.05479	194
Y2	4.0876	1.07132	194
Y3	3.8093	.56652	194
Y4	3.8196	.68547	194
Y5	4.0825	.76409	194
Y6	4.3608	.70799	194

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	20.1598	10.477	.861	.795	.889
Y2	20.1804	10.449	.848	.796	.892
Y3	20.4588	13.576	.856	.748	.899
Y4	20.4485	13.378	.723	.548	.907
Y5	20.1856	12.888	.729	.572	.905
Y6	19.9072	13.256	.721	.613	.907

ENTRPRENEURIAL PERSONAL MOTIVATION

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.889	.900	7

Item Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
X1.1	4.0412	1.10503	194
X1.2	4.0000	1.08690	194
X1.3	3.7165	.57318	194
X1.4	3.7938	.66657	194
X1.5	4.0515	.74627	194
X1.6	4.3351	.71701	194
X1.7	3.9175	.79075	194

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	23.8144	12.691	.835	.834	.855
X1.2	23.8557	13.057	.796	.807	.861
X1.3	24.1392	16.203	.857	.762	.864
X1.4	24.0619	16.193	.718	.559	.872
X1.5	23.8041	15.309	.791	.745	.862
X1.6	23.5206	15.992	.694	.607	.873
X1.7	23.9381	17.861	.299	.484	.915

Summary Item Statistics							
	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	3.979	3.716	4.335	.619	1.166	.041	7

ENTREPRENEURIAL ATTITUDE

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.870	.873	5

Item Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
X2.1	4.0464	.86552	194
X2.2	3.9227	.89859	194
X2.3	3.8918	.67803	194
X2.4	4.1340	.74290	194
X2.5	4.1392	.83710	194

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	16.0876	6.899	.684	.522	.846
X2.2	16.2113	6.416	.777	.623	.822
X2.3	16.2423	7.511	.750	.602	.835
X2.4	16.0000	7.637	.626	.452	.859
X2.5	15.9948	7.083	.668	.504	.850

ENTREPRENEURIAL SELF-EFFICACY

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.875	.878	10

Item Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
X3.1	3.8918	.64674	194
X3.2	3.8763	.77202	194
X3.3	3.9433	.76306	194
X3.4	4.1237	.84874	194
X3.5	3.8505	.79723	194
X3.6	3.9278	1.04557	194
X3.7	3.9278	.90762	194
X3.8	3.7784	.78677	194
X3.9	3.8454	.68802	194
X3.10	3.9691	.70459	194

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	35.2423	26.216	.559	.531	.866
X3.2	35.2577	24.742	.651	.557	.858
X3.3	35.1907	24.777	.655	.664	.858
X3.4	35.0103	25.368	.497	.386	.871
X3.5	35.2835	26.308	.415	.483	.876
X3.6	35.2062	22.766	.649	.552	.860
X3.7	35.2062	23.574	.674	.630	.856
X3.8	35.3557	25.163	.577	.481	.864
X3.9	35.2887	25.460	.634	.560	.861
X3.10	35.1649	24.760	.724	.601	.854

Lampiran 2

HASIL ANALISIS REGRESI

Run MATRIX procedure:

***** PROCESS Procedure for SPSS Version 3.1

Written by Andrew F. Hayes, Ph.D.

www.afhayes.com

Documentation available in Hayes (2018). www.guilford.com/p/hayes3

*

Model : 4

Y : Y

X : X1

M1 : X2

M2 : X3

Sample

Size: 194

OUTCOME VARIABLE:

X2

Model Summary

	R	R-sq	MSE	F	df1	df2	p
Model	.0969	.0094	10.7369	1.8205	1.0000	192.0000	.1788

	coeff	se	t	p	LLCI	ULCI
constant	18.1663	1.4697	12.3608	.0000	15.2676	21.0651
X1	.0703	.0521	1.3493	.1788	-.0325	.1731

OUTCOME VARIABLE:

X3

Model Summary

	R	R-sq	MSE	F	df1	df2	p
Model	.2245	.0504	29.0392	10.1924	1.0000	192.0000	.0016

	coeff	se	t	p	LLCI	ULCI
constant	31.4966	2.4170	13.0314	.0000	26.7293	36.2638
X1	.2736	.0857	3.1926	.0016	.1046	.4427

OUTCOME VARIABLE:

Y

Model Summary

	R	R-sq	MSE	F	df1	df2	p
Model	.7974	.6358	6.4523	110.5647	3.0000	190.0000	.0000

	coeff	se	t	p	LLCI	ULCI
constant	-1.6275	1.6855	-.9656	.3355	-4.9523	1.6973
X1	-.0118	.0415	-.2837	.7770	-.0935	.0700
X2	.3848	.0615	6.2588	.0000	.2635	.5061
X3	.4719	.0374	12.6228	.0000	.3982	.5457

*****TOTAL EFFECT MODEL *****

OUTCOME VARIABLE:

Y

Model Summary

	R	R-sq	MSE	F	df1	df2	p
Model	.1565	.0245	17.1024	4.8216	1.0000	192.0000	.0293

Model

	coeff	se	t	p	LLCI	ULCI
constant	20.2270	1.8549	10.9049	.0000	16.5685	23.8855
X1	.1444	.0658	2.1958	.0293	.0147	.2742

***** TOTAL, DIRECT, AND INDIRECT EFFECTS OF X ON Y

Total effect of X on Y

Effect	se	t	p	LLCI	ULCI	c_ps	c_cs
.1444	.0658	2.1958	.0293	.0147	.2742	.0346	.1565

Direct effect of X on Y

Effect	se	t	p	LLCI	ULCI	c'_ps	c'_cs
-.0118	.0415	-.2837	.7770	-.0935	.0700	-.0028	.0127

Indirect effect(s) of X on Y:

	Effect	BootSE	BootLLCI	BootULCI
TOTAL	.1562	.0638	.0323	.2818
X2	.0271	.0244	-.0156	.0799
X3	.1291	.0505	.0287	.2271
(C1)	-.1021	.0470	-.1937	-.0123

Partially standardized indirect effect(s) of X on Y:

	Effect	BootSE	BootLLCI	BootULCI
TOTAL	.0374	.0149	.0078	.0664
X2	.0065	.0059	-.0039	.0192
X3	.0309	.0117	.0071	.0536
(C1)	-.0244	.0110	-.0457	-.0031

Completely standardized indirect effect(s) of X on Y:

	Effect	BootSE	BootLLCI	BootULCI
TOTAL	.1693	.0677	.0351	.2994
X2	.0293	.0263	-.0168	.0861
X3	.1399	.0534	.0316	.2427
(C1)	-.1106	.0501	-.2086	-.0133

Specific indirect effect contrast definition(s):

(C1)	X2	minus	X3
------	----	-------	----

***** ANALYSIS NOTES AND ERRORS

Level of confidence for all confidence intervals in output:
95.0000

Number of bootstrap samples for percentile bootstrap confidence intervals:
5000

----- END MATRIX -----

Lampiran 3

UJI ASUMSI KLASIK

UJI NORMALITAS DATA

Tests of Normality						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	Df	Sig.	Statistic	Df	Sig.
Unstandardized Residual	.074	194	.012	.969	194	.000
a. Lilliefors Significance Correction						

Tests of Normality						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	Df	Sig.	Statistic	Df	Sig.
EA	.239	194	.000	.839	194	.000
ESE	.165	194	.000	.902	194	.000
EPM	.235	194	.000	.815	194	.000
EI	.255	194	.000	.785	194	.000
a. Lilliefors Significance Correction						

UJI LINIERITAS DATA

ANOVA TEST OF LINEARITY

ANOVA Tabel							
			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
EI * EPM	Between Groups	(Combined)	119.720	12	9.977	.556	.875
		Linearity	82.461	1	82.461	4.598	.033
		Deviation from Linearity	37.259	11	3.387	.189	.998
	Within Groups		3246.403	181	17.936		
	Total		3366.124	193			

ANOVA Tabel							
			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
EI * EA	Between Groups	(Combined)	1532.936	13	117.918	11.578	.000
		Linearity	1076.963	1	1076.963	105.747	.000
		Deviation from Linearity	455.973	12	37.998	3.731	.000
	Within Groups		1833.188	180	10.184		
	Total		3366.124	193			

ANOVA Tabel							
			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
EI * ESE	Between Groups	(Combined)	2357.544	21	112.264	19.145	.000
		Linearity	1886.959	1	1886.959	321.796	.000
		Deviation from Linearity	470.585	20	23.529	4.013	.000
	Within Groups		1008.580	172	5.864		
	Total		3366.124	193			

CURVE FITTING

Model Summary and Parameter Estimates

Dependent Variable: EI

Equation	Model Summary					Parameter Estimates		
	R Square	F	df1	df2	Sig.	Constant	b1	b2
Linear	.561	244.933	1	192	.000	2.074	.567	
Quadratic	.553	118.366	2	191	.000	-12.620	1.363	-.012
S	.560	240.215	1	192	.000	3.947	-30.468	

The independent variable is ESE.

Model Summary and Parameter Estimates

Dependent Variable: EI

Equation	Model Summary					Parameter Estimates		
	R Square	F	df1	df2	Sig.	Constant	b1	b2
Linear	.320	90.329	1	192	.000	9.771	.719	
Quadratic	.320	44.990	2	191	.000	11.915	.473	.007
S	.303	83.522	1	192	.000	3.693	-10.178	

The independent variable is EA.

Model Summary and Parameter Estimates

Dependent Variable: EI

Equation	Model Summary					Parameter Estimates		
	R Square	F	df1	df2	Sig.	Constant	b1	b2
Linear	.024	4.822	1	192	.029	20.227	.144	
Quadrati c	.027	2.646	2	191	.074	14.527	.620	- .009
S	.021	4.538	1	192	.020	3.326	-4.190	

The independent variable is EPM.

Lampiran 4

SERTIFIKAT BEBAS PLAGIASI

<p>KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI UNIVERSITAS NEGERI MALANG (UM) PASCASARJANA UNIT PENJAMINAN MUTU (UPM)</p> <p>Jl. Semarang 5 Malang 65144 Telepon/Faksimili: 0341 551334 Email: info@pascasarjana.um.ac.id</p>			
<h2>SERTIFIKAT BEBAS PLAGIASI</h2> <p>No: 765/UPMPs/VIII/2018</p>			
<p>diberikan kepada:</p>		<p>: EKO PRASETYO</p>	
<p>Nama</p>	<p>: 160415866015</p>		
<p>NIM</p>	<p>: Magister Pendidikan Bisnis dan Manajemen</p>		
<p>Program Studi</p>	<p>: Pengaruh <i>Entrepreneurial Personal Motivation</i> terhadap <i>Entrepreneurial Intention</i></p>		
<p>Judul Tesis/Disertasi</p>	<p>melalui <i>Entrepreneurial Attitude</i> dan <i>Entrepreneurial Self-Efficacy</i> sebagai Mediator</p>		
<p>Naskah Tesis/Disertasi yang disusun sudah memenuhi kriteria anti plagiasi yang ditetapkan oleh UPM Pascasarjana Universitas Negeri Malang.</p>			
<p>Malang, 29 Agustus 2018</p> <p> Dr. Eddy Bambang Irawan, M.Pd. NID 1960 0223 1985 031 003</p>			

Lampiran 5**RIWAYAT HIDUP**

Eko Prasetyo, Lahir di Banyuwangi pada 6 Pebruari 1985. Merupakan putra pertama dari 3 bersaudara. Merupakan putra dari pasangan Asmuni dan Asiyah. Pada 2012 menikah dengan Dina Yuanita dan diberi anugrah seorang putri yang sholeh dengan nama Yumna Arum Husna Aulia. Lulus dari SMA Negeri 1Genteng pada tahun 2003. Melanjutkan studi S1 ke Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Jember pada tahun 2007. Pada tahun 2010 menjadi guru di SMK Negeri Tempursari Kabupaten Lumajang. Pada tahun 2017 mendapatkan kesempatan untuk mengikuti program beasiswa di Universitas Negeri Malang. Pada April 2018 mendapatkan kesempatan untuk mengikuti pelatihan short course di University of California San Diego Las Angles.