



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Tinjauan Teori

2.1.1 *Entrepreneurship*

Kewirausahaan adalah suatu aktivitas yang membangun bisnis untuk keuntungan dan pertumbuhan. Dengan menemukan sebuah peluang atau ide, baik untuk melakukan inovasi maupun menciptakan produk baru yang diciptakan serta menentukan untuk proses keberlangsungan dari wirausaha seperti cara untuk menyusun operasional, memasarkan serta cara untuk mengelola modal usaha (Smith et al., 2020).

Peran kewirausahaan akan berdampak pada kemajuan ekonomi dikarenakan wirausahawan dapat menciptakan lapangan kerja sehingga sektor informal akan menyerap pengangguran serta meningkatkan kualitas hidup dan meningkatkan produktivitas sebuah negara (Jena, 2020).

Oleh karena itu, upaya untuk menanamkan jiwa kewirausahaan pada generasi muda sangat penting untuk diterapkan. Sehingga generasi muda khususnya lulusan dari perguruan tinggi, tidak hanya memberikan manfaat sosial ekonomi yang sangat besar tetapi juga dapat mengembangkan ide dan inovasi baru dan dapat digunakan sebagai *job creator* bagi tenaga kerja yang membutuhkan pekerjaan. Sehingga dapat menurunkan angka kemiskinan dan meningkatkan perekonomian untuk terus berkembang (Ogamba, 2019).

2.1.2 *Theory of Planned Behavior (TPB)*

Theory of Planned Behavior (TPB) merupakan upaya untuk memperluas *Theory of Reasoned Action* (TRA) dari Ajzen dan Fishbein pada tahun 1975. Penyempurnaan teori tersebut guna untuk memasukkan perilaku yang bukan sepenuhnya merupakan kendali seseorang dari *attitude* dan *subjective norms* melalui *intention*. Ajzen (1991) berpendapat bahwa *intention* merupakan salah

satu cara yang dilakukan untuk menangkap faktor-faktor perilaku berdasarkan motivasi seseorang yang mempengaruhi perilaku.

Pada umumnya TPB berhubungan dengan memprediksi niat seseorang untuk berperilaku, *intention* tersebut terdiri dari sebuah variabel perantara yang menimbulkan perilaku yang didapatkan dari sikap serta variabel-variabel yang terkait (Ajzen, 1991). *Theory of Planned Behavior* ini mengidentifikasi tiga faktor utama yang memungkinkan seseorang untuk memiliki niat untuk *entrepreneurship* yakni *attitudes*, *subjective norms* dan *perceived behavioral control* yang mempengaruhi pembentukan *entrepreneurial intention* (Pulka et al., 2015).

Attitudes adalah sejauh mana seseorang mengevaluasi perilakunya sendiri menunjukkan bahwa perilaku tersebut merupakan tindakan positif atau negatif, *subjective norms* digambarkan sebagai tanggapan yang didapatkan dari tekanan sosial sehingga membuat individu tersebut melakukan ataupun tidak sedangkan *perceived behavioral control* didefinisikan persepsi seseorang mengenai mudah ataupun sulit dalam melakukan minat serta perilaku (Ajzen, 1991).

Ajzen (2001) mengemukakan bahwa niat bertujuan untuk melakukan perilaku untuk memilih apakah akan melakukan suatu pekerjaan atau tidak. Oleh karena itu, TPB menjadi salah satu kerangka teoritis yang paling banyak digunakan untuk memprediksi niat kewirausahaan (Henley et al., 2017).

2.1.3 Attitude Towards Entrepreneurship

Attitudes merupakan sesuatu yang dirasakan terhadap sebuah konsep (objek sikap) yang dapat berupa seseorang, merek, ideologi atau entitas lain yang dengannya kita dapat melampirkan perasaan (Fini et al., 2012).

Sikap terhadap kewirausahaan adalah keinginan individu untuk menjadi *entrepreneur* yang mendahului niat wirausaha dan membentuk niat seseorang untuk berperilaku dengan cara-cara tertentu (Mahmood et al., 2020).

Selain itu, *attitude towards entrepreneurship* adalah gambaran untuk menilai perilaku berwirausaha secara positif atau negatif. Hal ini akan

mempengaruhi pada niat seseorang dan selanjutnya pada perilaku. *Attitude towards entrepreneurship* juga ditentukan oleh berbagai pengaruh yakni karakteristik individu, demografi, budaya, keterampilan serta dukungan sosial dan finansial yang dapat diuji (Palmer et al., 2019). Sikap terhadap kewirausahaan merupakan prediktor yang signifikan dari niat kewirausahaan (Shah et al., 2020).

Adapun definisi *attitude towards entrepreneurship* yang dipakai peneliti adalah gambaran untuk menilai perilaku berwirausaha secara positif atau negatif yang mempengaruhi pada niat seseorang kemudian pada perilaku. Definisi tersebut merujuk pada teori Palmer et al., (2019).

2.1.4 Subjective Norms

Menurut Cameron et al., (2012) *subjective norms* didefinisikan sebagai persepsi seseorang bahwa orang lain seperti keluarga, orang tua, teman terdekat dan lainnya percaya bahwa dia harus atau tidak seharusnya melakukan perilaku tersebut. Hal ini mengacu pada dorongan yang dialami oleh seseorang dalam melakukan sesuatu ataupun tidak melakukan sesuatu jika dia dimotivasi oleh orang lain yang setuju atas perilaku tersebut dia akan melakukan perilakunya.

Sedangkan menurut Kautonen et al., (2010) mengemukakan *subjective norms* berhubungan dengan peran dukungan eksternal seperti keluarga inti, teman dan orang yang dinilai berpengaruh dalam perilaku individu yang dapat membentuk keputusan seseorang terlibat dalam *entrepreneurship*.

Subjective norms memiliki dampak yang signifikan terhadap pengambilan keputusan bisnis di kalangan pengusaha yang baru lahir. Saat seseorang memilih karier, kebanyakan orang tersebut mengikuti nasehat orang tua, pasangan dan teman mereka. Sehingga nasehat dan pendapat yang diberikan tersebut berpengaruh bagi calon pengusaha untuk memulai bisnis (Farooq et al., 2018). Hal tersebut juga adanya dorongan oleh dukungan sosial dan emosional untuk keputusan seseorang dalam memberikan dorongan tambahan untuk terlibat dalam perilaku tersebut (Mwiya et al., 2017)

Adapun definisi *subjective norms* yang dipakai peneliti adalah *subjective norms* berhubungan dengan peran dari dukungan eksternal seperti keluarga, teman dan orang yang dinilai berpengaruh dalam perilaku individu. Definisi tersebut merujuk pada teori Cameron et al., (2012)

2.1.5 Perceived Behavioral Control

Menurut Yzer (2012) kontrol perilaku yang dirasakan menggambarkan persepsi terhadap kemampuan individu untuk melakukan perilaku tertentu. Hal ini didasarkan pada pengetahuan dan pengalaman individu dan penilaiannya tentang kemungkinan hambatan untuk menerapkan perilaku.

Sedangkan menurut Luc (2018) *perceived behavioral control* adalah keyakinan seseorang terhadap kemampuannya dalam menyelesaikan ataupun melakukan pekerjaan atau tindakan tertentu berarti persepsi bahwa diri sendiri atau kemampuan individu dalam menyelesaikan pekerjaan tertentu.

Kemudahan atau kesulitan yang dirasakan dari setiap perilaku individu mempengaruhi niat seseorang untuk melakukannya. Jika persepsi saat mengerjakan sesuatu dianggap sangat mudah dilakukan, maka orang tersebut akan melakukan dan menyelesaikannya (Farooq et al., 2018). Maka dari itu, kontrol perilaku yang dirasakan dianggap sebagai salah satu prediktor terkuat dalam mengukur niat kewirausahaan (Liñán & Chen, 2009).

Adapun definisi *perceived behavioral control* yang dipakai peneliti adalah keyakinan seseorang terhadap kemampuannya dalam menyelesaikan ataupun melakukan pekerjaan atau tindakan tertentu. Definisi tersebut merujuk pada teori Luc (2018).

2.1.6 Social Support

Menurut Wills (1991) *social support* mengacu pada persepsi dan realitas orang-orang yang ingin dihargai, diperhatikan serta menerima dukungan jaringan sosial yang mendukung aktivitas orang tersebut kapanpun mereka membutuhkan dukungan.

Sedangkan menurut Langford et al., (1997) mengemukakan bahwa *social support* merupakan berbagai dukungan yang diterima seseorang, yakni

dukungan emosional, dukungan materi (keuangan), dukungan informasi (pengetahuan yang berharga) dan dukungan persahabatan.

Dukungan dari jejaring sosial dapat memainkan peran penting dalam mobilisasi sumber daya, pengenalan peluang, pengetahuan dan informasi yang dibutuhkan untuk memulai usaha bisnis baru (Farooq et al., 2018). Oleh karena itu, dukungan positif yang didapatkan dari lingkungan sosial dapat mendorong serta meningkatkan perilaku berwirausaha di kalangan mahasiswa (Sahban et al., 2016).

Adapun definisi *social support* yang dipakai peneliti adalah berbagai dukungan yang diterima seseorang, yakni dukungan emosional, dukungan materi (keuangan), dukungan informasi (pengetahuan yang berharga) dan dukungan persahabatan. Definisi tersebut merujuk pada teori Langford et al., (1997).

2.1.7 Entrepreneurial Intention

Entrepreneurial intention atau niat berwirausaha didefinisikan sebagai keadaan pikiran atau niat yang timbul dari pribadi individu untuk menghasilkan tindakan individu dalam rangka menciptakan serta mengembangkan usaha atau kegiatan berwirausaha (Shiri et al., 2012).

Sedangkan menurut Chhabra et al., (2020) berpendapat bahwa *entrepreneurial intention* didefinisikan sebagai keadaan pikiran yang akhirnya mengarahkan individu ke arah pembentukan konsep bisnis baru dan berkarier dalam kewirausahaan. Sehingga individu akan mencari peluang serta memasuki pasar sekaligus membuat produk baru yang inovatif dan kreatif.

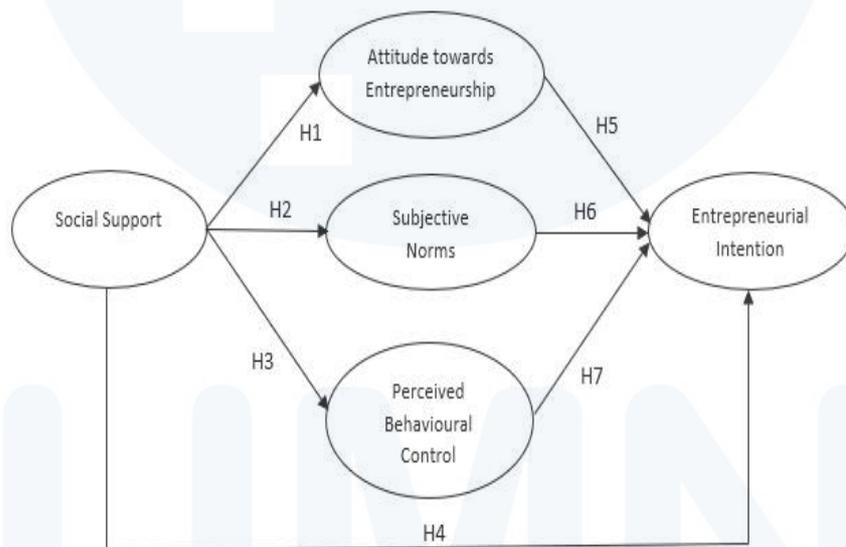
Proses dalam mengambil keputusan untuk memulai bisnis baru dikenal sebagai niat berwirausaha (Lestari, 2020). Niat serta keinginan dari diri seseorang untuk menjadi wirausahawan ialah faktor terpenting yang memungkinkan wirausahawan muda untuk memulai bisnis baru. Keinginan untuk menjadi seorang wirausaha memiliki kaitan yang erat dengan kemauan dan kemampuan seseorang dalam menciptakan sebuah peluang bisnis yang

berjangka panjang sehingga dapat dicapai sesuai dengan tujuan dari rencana bisnis yang disiapkan oleh orang tersebut (Setiawan & Lestari, 2021).

Adapun definisi *entrepreneurial intention* yang dipakai peneliti adalah keadaan pikiran yang akhirnya mengarahkan individu ke arah pembentukan konsep bisnis baru dan berkarier dalam kewirausahaan. Definisi tersebut merujuk pada teori Chhabra et al., (2020).

2.2 Model Penelitian

Berikut merupakan gambar kerangka model penelitian yang mempresentasikan penelitian peneliti:



Gambar 2. 1 Model Teoritis

Sumber: Farooq et al., (2018)

2.3 Hipotesis

2.3.1 Pengaruh positif *social support* terhadap *attitude towards entrepreneurship*

Penelitian yang dilakukan oleh Farooq et al., (2018) terhadap 381 lulusan sarjana bisnis dari dua universitas negeri di Malaysia menunjukkan adanya

pengaruh positif antara *social support* terhadap *attitude towards entrepreneurship*. Hal ini menunjukkan bahwa dukungan sosial yang didapatkan oleh mahasiswa mempunyai peran penting dalam mempengaruhi perilaku kewirausahaan bagi wirausahawan yang baru lahir. Artinya semakin banyak *social support* yang diberikan kepada mahasiswa maka semakin besar dorongan untuk perilaku kewirausahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Farooq M.S. (2018) terhadap 281 responden di Pakistan ditemukan hasil positif dan signifikan terhadap pengaruh *social support* terhadap perilaku kewirausahaan untuk menjadi wirausaha. Dengan adanya dukungan informasi, keuangan maupun emosional akan meningkatkan sikap terhadap kewirausahaan untuk menjadi *entrepreneur*.

Hasil temuan serupa dari penelitian yang dilakukan oleh Shiri et al., (2012) terhadap 100 mahasiswa tingkat akhir di Universitas Ilam menunjukkan adanya pengaruh positif dan langsung dari dukungan sosial terhadap sikap yang dirasakan terhadap kewirausahaan. Oleh dari itu, mahasiswa yang memiliki sikap kewirausahaan lebih kuat kemungkinan akan menciptakan bisnis baru di masa depan.

Berdasarkan uraian diatas, maka usulan hipotesis penelitian ini adalah:

H1: Pengaruh positif *social support* terhadap *attitude towards entrepreneurship*

2.3.2 Pengaruh positif *social support* terhadap *subjective norms*

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Farooq et al., (2018) terhadap 381 lulusan sarjana bisnis dari dua universitas negeri di Malaysia menunjukkan adanya pengaruh positif dalam dukungan sosial dari orang sekitar akan mempengaruhi norma subjektif jika mendapatkan dukungan sosial. Hal ini juga menunjukkan bahwa dukungan yang didapatkan dari informasi, materi dan persahabatan yang diterima dari keluarga, teman dan orang spesial akan mempengaruhi perilaku seseorang dalam bertindak.

Penelitian yang dilakukan oleh Zhang et al., (2015) terhadap 439 mahasiswa di universitas Midwestern menunjukkan bahwa dukungan sosial secara langsung mempengaruhi norma subjektif. Oleh karena itu, semakin tinggi dukungan sosial diberikan dalam bentuk dukungan dari informasi, materi dan persahabatan akan mempengaruhi tindakan yang dilakukan terhadap kemantapan diri untuk memilih wirausaha sebagai karier.

Penelitian yang dilakukan oleh Farooq M.S. (2018) terhadap 281 responden di Pakistan ditemukan hasil positif dan signifikan terhadap pengaruh *social support* terhadap *subjective norms* untuk mendorong keinginan seseorang menjadi wirausaha. Oleh karena itu, dapat disarankan bahwa dukungan eksternal terhadap *social support* berdampak pada tindakan seseorang dalam berperilaku.

Berdasarkan uraian diatas, maka usulan hipotesis penelitian ini adalah:

H2: Pengaruh positif *social support* terhadap *subjective norms*

2.3.3 Pengaruh positif *social support* terhadap *perceived behavioural control*

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Farooq et al., (2018) terhadap 381 lulusan sarjana bisnis dari dua universitas negeri di Malaysia memperlihatkan bahwa *social support* memberikan dampak berupa efek positif terhadap keyakinan seseorang menjadi wirausaha. Dukungan emosional, keuangan persahabatan, informasi mengenai bisnis akan menyakinkan seseorang bahwa sumber daya dan kemampuan yang dibutuhkan sudah tersedia.

Penelitian yang dilakukan oleh Farooq M.S. (2018) terhadap 281 responden di Pakistan menunjukkan bahwa *social support* berpengaruh secara positif dan signifikan untuk mempengaruhi perilaku dari tindakan individu menjadi *entrepreneur*. Jika *social support* yang diperoleh seseorang rendah, maka keyakinan seseorang dalam memulai berwirausaha juga rendah, maka *social support* merupakan pendorong bagi mahasiswa yang ingin menjadi *entrepreneur*.

Hasil temuan yang ditemukan serupa oleh Pruett et al., (2009) terhadap 1.000 mahasiswa di universitas di Amerika Serikat, Spanyol dan China. Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa *social support* memberikan efek positif terhadap tingkat kepercayaan individu atau *perceived behavioral control*. Semakin tinggi *social support* yang dirasakan seseorang maka akan semakin meningkatkan keyakinan seseorang dalam menerapkan perilaku.

Berdasarkan uraian diatas, maka usulan hipotesis penelitian ini adalah:

H3: Pengaruh positif *social support* terhadap *perceived behavioral control*

2.3.4 Pengaruh positif *social support* terhadap *entrepreneurial intention*

Penelitian yang dilakukan oleh Shiri et al., (2012) terhadap 100 mahasiswa tingkat akhir di Universitas Ilam yang menunjukkan bahwa *social support* berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap *entrepreneurial intention* mahasiswa. Berdasarkan hal ini dapat dilihat jika *social support* disalurkan dengan baik maka *entrepreneurial intention* terhadap mahasiswa menjadi pengusaha akan meningkat.

Penelitian yang dilakukan oleh Farooq M.S. (2018) terhadap 281 responden di Pakistan menunjukkan dukungan sosial memiliki peran penting dalam mempengaruhi niat berwirausaha pada seseorang untuk menjadi pengusaha. Semakin tinggi dorongan serta dukungan yang diperoleh dari seseorang maka akan semakin tinggi niat seseorang untuk menjadi *entrepreneur*.

Hasil temuan yang ditemukan serupa oleh Pruett et al., (2009) terhadap 1.000 mahasiswa di universitas di Amerika Serikat, Spanyol dan China. Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa *social support* memberikan efek positif terhadap tingkat kepercayaan individu atau *perceived behavioral control* dan *entrepreneurial intention*. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat dilihat bahwa *social support* yang diterapkan dan disalurkan secara maksimal maka *entrepreneurial intention* mahasiswa juga akan bertumbuh dan memiliki kemantapan yang tinggi untuk menjadi *entrepreneur*.

Berdasarkan uraian diatas, maka usulan hipotesis penelitian ini adalah:

H4: Pengaruh positif *social support* terhadap *entrepreneurial intention*

2.3.5 Pengaruh positif *attitude towards entrepreneurship* terhadap *entrepreneurial intention*

Penelitian yang dilakukan oleh Palmer et al., (2019) terhadap 3342 siswa dari Austria and Liechtenstein menunjukkan bahwa sikap terhadap kewirausahaan berdampak positif terhadap *entrepreneurial intention*. *Attitude towards entrepreneurship* merupakan faktor yang cukup berpengaruh terhadap *entrepreneurial intention* karena sikap terhadap kewirausahaan berperan sebagai persepsi orang untuk memilih wirausaha sebagai karier. Jika *attitude towards entrepreneurship* mahasiswa rendah maka *entrepreneurial intention* mahasiswa akan rendah, sebaliknya juga jika *attitude towards entrepreneurship* seseorang tinggi, maka *entrepreneurial intention* mahasiswa tersebut tinggi.

Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Shah et al., (2020) terhadap 192 mahasiswa di berbagai perguruan tinggi di kesultanan Oman ditemukan hasil positif terhadap pengaruh dari *attitude towards entrepreneurship* terhadap *entrepreneurial intention*. Orang yang memiliki sikap terhadap kewirausahaan maka akan mempengaruhi pandangan mahasiswa untuk menjadi seorang wirausaha. Oleh karena itu, penting untuk perguruan tinggi memberikan pendidikan kewirausahaan demi meningkatnya *attitude towards entrepreneurship* dan *entrepreneurial intention*.

Temuan yang serupa juga didapatkan dari penelitian yang dilakukan oleh Boubker, Arroud, & Ouajdouni, (2021) terhadap 98 siswa manajemen dari sekolah tinggi teknologi Laayoune menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan dan sikap terhadap kewirausahaan berdampak positif pada *entrepreneurial intention*. Di mana sikap terhadap kewirausahaan dan pendidikan kewirausahaan merupakan hal yang sangat penting dalam mempengaruhi niat siswa dalam menjadi *entrepreneurship*.

Berdasarkan uraian diatas, maka usulan hipotesis penelitian ini adalah:

H5: Pengaruh positif *attitude towards entrepreneurship* terhadap *entrepreneurial intention*

2.3.6 Pengaruh positif *subjective norms* terhadap *entrepreneurial intention*

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Shah et al., (2020) terhadap 192 mahasiswa di berbagai perguruan tinggi di kesultanan Oman menunjukkan bahwa *subjective norms* berdampak positif pada *entrepreneurial intention*. Hal ini dipengaruhi oleh keluarga, teman serta orang spesial yang mendorong individu untuk berkarier sebagai wirausahawan di masa depan. Dorongan dan tekanan sosial yang diberikan merupakan hal yang penting dalam rangka menumbuhkan *entrepreneurial intention* pada mahasiswa.

Penelitian yang dilakukan oleh Saeid Karimi (2019) terhadap 250 mahasiswa Iran di universitas negeri menunjukkan bahwa persepsi seseorang terhadap tekanan sosial yang berasal dari kerabat dekat, teman atau orang yang dianggap penting bagi individu berpengaruh penting pada niat berwirausaha. Penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh positif terhadap persepsi dari tekanan sosial dalam meningkatkan niat mahasiswa untuk menjadi seorang *entrepreneur*.

Penelitian yang dilakukan oleh Yousaf, Shamin, Siddiqui, & Raina, (2015) pada mahasiswa bisnis di Pakistan ditemukan hasil positif terhadap pengaruh *subjective norms* terhadap niat seseorang untuk menjadi pengusaha. Seseorang yang memiliki *subjective norms* yang tinggi maka akan menghasilkan *entrepreneurial intention* yang tinggi dikarenakan jika seseorang dimotivasi oleh orang terdekatnya maka individu tersebut merasa lebih yakin atas tindakan yang dilakukan kedepannya.

Berdasarkan uraian diatas, maka usulan hipotesis penelitian ini adalah:

H6: Pengaruh positif *subjective norms* terhadap *entrepreneurial intention*

2.3.7 Pengaruh positif *perceived behavioral control* terhadap *entrepreneurial intention*

Penelitian yang dilakukan oleh Paray, & Kumar, (2020) terhadap 309 mahasiswa perguruan tinggi menunjukkan adanya pengaruh positif dalam sikap terhadap kewirausahaan, norma sosial dan kontrol perilaku yang dirasakan memiliki dampak positif pada niat seseorang untuk menjadi *entrepreneur*. Oleh karena itu, sikap terhadap kewirausahaan, norma sosial dan kontrol perilaku yang dirasakan berperan sangat penting sebagai pembentuk kepribadian, karakteristik dan pola pikir seseorang dan kesiapan diri seseorang untuk menjadi seorang *entrepreneur*.

Penelitian yang dilakukan oleh Saeid Karimi (2019) terhadap 250 mahasiswa Iran di universitas negeri menunjukkan bahwa persepsi seseorang terhadap kemudahan atau kesulitan yang dirasakan perilaku berpengaruh penting pada niat berwirausaha. Penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived behavioral control* dalam meningkatkan niat berwirausaha di kalangan mahasiswa.

Hasil penelitian serupa yang didapatkan oleh Minwir (2018) terhadap 2.256 mahasiswa di tiga universitas swasta. Hasil dari penelitian Minwir ini memperlihatkan bahwa *perceived behavioral control* memberikan efek positif terhadap kontrol mereka dalam melakukan kegiatan kewirausahaan. Penelitian ini mengambil kesimpulan bahwa siswa merasa mereka dapat memulai bisnis baru dengan memiliki kendali penuh atas usaha bisnis dan merasa bahwa bisa untuk mengembangkan keterampilan kewirausahaan yang dibutuhkan untuk menjalankan bisnis (Al-shammari, 2018)(Al-shammari, 2018)(Al-shammari, 2018).

Berdasarkan uraian diatas, maka usulan hipotesis penelitian ini adalah:

H7: Pengaruh positif *perceived behavioral control* terhadap *entrepreneurial intention*

2.4 Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa penelitian terdahulu yang memiliki variabel sejenis. Berikut adalah penelitian terdahulu yang memiliki hubungan antar hipotesis dari variabel-variabel yang berkaitan.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Publikasi	Judul Penelitian	Temuan Inti
1.	Farooq et al., (2018)	Emerald	<i>Impact of support from social network on entrepreneurial intention of fresh business graduates: A Structural equation modeling approach</i>	Model penelitian dan tinjauan pustaka
2.	Farooq M. S. (2018)	Emerald	<i>Modelling the significance of social support and entrepreneurial skills for determining entrepreneurship behavior of individuals: A structural equation modelling approach</i>	<i>Social support</i> memberikan efek positif terhadap attitude towards entrepreneurship untuk menjadi wirausaha
3.	Shiri et al., (2012)	Scholars Research Library	<i>Entrepreneurial Intention of Agri Agricultural Students: Effects of Role Model, Social Support, Social Norms and Perceived Desirability</i>	Berdampak positif bahwa social support mempengaruhi secara langsung niat berwirausaha pada mahasiswa
4.	Farooq et al., (2018)	Emerald	<i>Impact of support from social network on entrepreneurial intention of fresh business graduates: A Structural equation modeling approach</i>	Adanya pengaruh positif dalam dukungan sosial mempengaruhi norma subjektif
5.	Zhang et al., (2015)	Routledge	<i>Effects of Social Support About Physical Activity on Social Networking Sites: Applying the Theory of</i>	<i>Social support</i> secara langsung mempengaruhi subjective norms

			<i>Planned Behavior</i>	
6.	Farooq M. S. (2018)	Emerald	<i>Modelling the significance of social support an entrepreneurial skills for determining entrepreneurship behavior of individuals: A structural equation modelling approach</i>	Hasil positif dan signifikan terhadap pengaruh <i>social support</i> terhadap <i>subjective norms</i> untuk menjadi wirausaha
7.	Farooq et al., (2018)	Emerald	<i>Impact of support from social network on entrepreneurial intention of fresh business graduates: A Structural equation modeling approach</i>	<i>Social support</i> memberikan dampak berupa efek positif terhadap keyakinan seseorang menjadi wirausaha
8.	Farooq M. S. (2018)	Emerald	<i>Modelling the significance of social support an entrepreneurial skills for determining entrepreneurship behavior of individuals: A structural equation modelling approach</i>	<i>Social support</i> berpengaruh secara positif dan signifikan dalam mempengaruhi tindakan individu menjadi <i>entrepreneur</i>
9.	Pruett et al., (2009)	Emerald	<i>Explaining entrepreneurial intentions of university students: A cross-cultural study</i>	<i>Social support</i> memberikan efek positif terhadap tingkat kepercayaan individu atau <i>perceived behavioral control</i>
10.	Shiri et al., (2012)	Scholars Research Library	<i>Entrepreneurial Intention of Agri Agricultural Students: Effects of Role Model, Social Support, Social Norms and Perceived Desirability</i>	Hasil berpengaruh secara langsung dan jika <i>social support</i> disalurkan dengan baik maka <i>entrepreneurial intention</i> pada

				mahasiswa akan meningkat
11.	Farooq M. S. (2018)	Emerald	<i>Modelling the significance of social support an entrepreneurial skills for determining entrepreneurship behavior of individuals: A structural equation modelling approach</i>	<i>Social support</i> memiliki peran penting dalam mempengaruhi niat berwirausaha untuk menjadi pengusaha
12.	Pruett et al., (2009)	Emerald	<i>Explaining entrepreneurial intentions of university students: A cross-cultural study</i>	Hasil penelitian memperlihatkan bahwa <i>social support</i> memberikan efek positif terhadap tingkat kepercayaan individu atau <i>entrepreneurial intention</i>
13.	Palmer et al., (2019)	Springer Link	<i>A chip off the old block? The role of dominance and parental entrepreneurship for entrepreneurial intention</i>	Sikap terhadap kewirausahaan berdampak positif terhadap <i>entrepreneurial intention</i> .
14.	Shah et al., (2020)	Springer Open	<i>The moderating role of entrepreneurship education in shaping entrepreneurial intention</i>	Hasil penelitian ditemukan positif terhadap pengaruh <i>attitude towards entrepreneurship</i> terhadap niat seseorang menjadi <i>entrepreneur</i>
15	Boubker, Arroud, & Ouajdouni, (2021)	Elsevier	<i>Entrepreneurship education versus management students' entrepreneurial intentions. A PLS-SEM approach</i>	Pendidikan kewirausahaan dan sikap terhadap kewirausahaan berdampak positif pada <i>entrepreneurial</i>

				<i>intention</i>
16.	Shah et al., (2020)	Springer Open	<i>The moderating role of entrepreneurship education in shaping entrepreneurial intention</i>	<i>Subjective norms</i> berpengaruh positif pada <i>entrepreneurial intention</i> .
17.	Saeid Karimi (2017)	Applied Economics	<i>The role of entrepreneurial passion in the formation of students' entrepreneurial intentions</i>	Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan terhadap <i>perceived behavioral control</i> dalam meningkatkan niat berwirausaha di kalangan mahasiswa
18.	Yousaf, Shamin, Siddiqui, & Raina, (2015)	Elsevier	<i>Studying the influence of entrepreneurial attributes, subjective norms and perceived desirability on entrepreneurial intentions</i>	Adanya pengaruh positif <i>subjective norms</i> terhadap niat seseorang untuk menjadi pengusaha
19.	Paray, & Kumar, (2020)	Emerald	<i>Does entrepreneurship education influence entrepreneurial intention among students in HEI's?</i>	Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif dalam sikap kewirausahaan, norma sosial dan kontrol perilaku yang dirasakan memiliki dampak positif pada niat seseorang untuk menjadi <i>entrepreneur</i>
20.	Saeid Karimi (2019)	Applied Economics	<i>The role of entrepreneurial passion in the formation of students' entrepreneurial intentions</i>	<i>Perceived behavioral control</i> berpengaruh signifikan dan

				positif terhadap niat berwirausaha di kalangan mahasiswa
21.	Al-Shammari (2018)	Emerald	<i>Entrepreneurial Intention of Private University Students in the Kingdom of Bahrain</i>	Adanya efek positif dari <i>perceived behavioral control</i> terhadap niat berwirausaha pada siswa di tiga universitas swasta

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA