

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Entrepreneurship

Kewirausahaan merupakan sebuah proses yang dilalui oleh seseorang ataupun kelompok yang menggunakan usaha terstruktur, peluang pasar, dan membuat suatu *value* yang dapat memenuhi kebutuhan serta keinginan melalui inovasi dan keunikan diluar sumber daya yang digunakan saat ini (Robbin et al., 2004 dalam Rahim et al., 2019). Menurut Kuratko & Hodgetts (2007) dalam Margahana (2020) menyatakan bahwa *entrepreneurship* atau wirausaha adalah sebuah penciptaan dalam bentuk inovasi baru yang terdiri dari dimensi organisasi, lingkungan, individual dan keikutsertaan peran pemerintah serta lembaga pendidikan didalamnya.

Menurut Thomas W Zimmerer (2005) dalam Sugita et al. (2018), menegaskan bahwa istilah kewirausahaan mengacu pada penerapan kreativitas, inovasi serta keberanian untuk mengambil risiko yang dilakukan melalui kerja keras dalam penciptaan usaha baru. Kewirausahaan juga dapat diartikan sebagai ilmu yang mempelajari terkait pengembangan dan pembangunan semangat kreativitas serta keberanian dalam menanggung resiko terhadap apa yang dilakukan untuk mewujudkan sebuah ide atau hasil karya (Fahmi, 2014 dalam Wijaya et al., 2021).

Berdasarkan pengertian dari sejumlah pendapat para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa *entrepreneurship* atau kewirausahaan ialah suatu hal yang dilakukan oleh seseorang untuk menciptakan, mengembangkan dan menggabungkan kreativitas, inovasi dan peluang yang ada untuk menghasilkan nilai yang bermanfaat dan berbeda dari yang sudah ada sebelumnya.

2.1.1.1 Ciri-ciri *Entrepreneur*

Menurut Suryana (2013) dalam Hadi et al. (2021), menjelaskan bahwa ciri-ciri atau karakteristik dari kewirausahaan dilihat berdasarkan beberapa aspek seperti sikap, kepribadian, jiwa, watak, maupun perilaku seseorang. Ciri-ciri tersebut adalah sebagai berikut:

1. Memiliki sikap kepercayaan diri yang tinggi atau individualistis dan tidak menggantungkan dirinya kepada orang lain.
2. Memiliki keinginan untuk berprestasi, mengutamakan keuntungan, motivasi dan semangat yang tinggi, serta bersikap tekun dan tidak mudah menyerah.
3. Memiliki jiwa kepemimpinan, mudah beradaptasi dengan lingkungan dan individu lain, serta mudah menerima atau menampung kritik dan saran dari pihak lain.
4. Memiliki kreativitas dan inovasi yang tinggi serta fleksibel terhadap perubahan yang ada.
5. Mempunyai visi dan misi yang berorientasi kepada masa yang akan datang.

2.1.2 *Attitude Toward Entrepreneurship*

Attitude toward entrepreneurship mengacu pada sejauh mana seseorang memegang penilaian pribadi baik positif atau negatif tentang menjadi seorang wirausahawan (Ajzen, 2001) dalam Amofah et al. (2020). *Attitude toward entrepreneurship* dapat diartikan juga sebagai sebuah cara individu berpikir atau memandang tindakan dalam berwirausaha (Isma, 2022).

Ajzen (1991) dalam Kore et al. (2020), menegaskan bahwa *attitude toward entrepreneurship* merupakan sebuah persepsi seseorang terkait suatu perilaku yang dapat menguntungkan atau tidak menguntungkan tergantung pada apakah hal itu dilakukan atau tidak dilakukan khususnya persepsi seseorang terhadap kegiatan wirausaha. *Attitude toward entrepreneurship* adalah kecenderungan untuk bereaksi secara positif atau tidak terhadap suatu

objek, orang, lembaga, atau peristiwa yang memiliki tanggapan bersifat evaluatif dan pada umumnya mengarahkan pada suatu objek atau target tertentu (Ajzen et al., 2011) dalam Handayani et al., (2021). Sedangkan menurut Palmer et al. (2019), berpendapat bahwa *attitude toward entrepreneurship* adalah suatu gambaran yang digunakan untuk mengevaluasi perilaku dalam kewirausahaan baik secara positif maupun negatif yang dapat mempengaruhi niat pribadi dalam berperilaku.

Berdasarkan pengertian sejumlah pendapat para ahli di atas, disimpulkan bahwa *attitude toward entrepreneurship* ialah sejauh mana seseorang memiliki evaluasi dalam perilaku berwirausaha baik itu memberikan keuntungan atau tidak yang dapat mempengaruhi niat yang dimiliki oleh seseorang dalam berperilaku.

2.1.3 Social Norm Toward Entrepreneurship

Social norm toward entrepreneurship adalah sebuah konstruk yang menyatakan tentang keyakinan individu yang mengarah pada pengaruh dari pihak lain dalam berperilaku wirausaha dengan menggunakan cara tertentu dan menjadi motivasi untuk memenuhi referensi tertentu (Nilsson et al., 2004 dalam Santoso et al., 2019). Sedangkan menurut Caecilia (2012) dalam Juniariani (2019), menyatakan bahwa *social norm* atau *subjective norm toward entrepreneurship* juga diartikan sebagai sebuah pandangan atau persepsi yang dimiliki individu terkait apakah orang lain mendukung terwujudnya tindakan atau hal-hal yang dapat mempengaruhi minat berwirausaha.

Menurut Krueger et al. (2000) dalam Phong et al. (2020) berpendapat bahwa *social norm toward entrepreneurship* mengacu kepada kemungkinan yang dihasilkan dari seseorang atau suatu kelompok yang menyetujui atau tidak setuju untuk melakukan perilaku wirausaha tertentu. Hal tersebut juga sejalan dengan pendapat dari Jogiyanto (2007) dalam Udayana (2019), yang menyatakan bahwa *social norm* merupakan sejauh mana seseorang termotivasi untuk menyesuaikan persepsi dan keyakinan terhadap kepercayaan orang lain

yang dapat mempengaruhi apakah perilaku yang akan mereka lakukan atau tidak.

Berdasarkan pengertian sejumlah pendapat para ahli di atas, disimpulkan bahwa *social norm toward entrepreneurship* ialah kecenderungan yang dimiliki oleh seseorang dalam mengikuti atau mempertimbangkan sebuah pandangan dan dorongan dari lingkungan sekitar atau kelompok untuk berperilaku atau tidak berperilaku dalam kewirausahaan.

2.1.3.1 *Komponen Social Norm*

Menurut Ajzen (2005) dalam Seni et al. (2017), menyatakan bahwa komponen dalam social norm meliputi dua aspek yang sekaligus menjadi gambaran indikator. Dua aspek komponen norma sosial ini yaitu:

1. Normatif belief

Merupakan suatu persepsi atau keyakinan terkait dengan kesepahaman atau ketidaksepahaman individu atau kelompok yang dapat mempengaruhi seseorang pada suatu perilaku. Keyakinan ini juga berkaitan dengan pendapat dari seorang tokoh ataupun orang yang dapat berpengaruh bagi individu tersebut.

2. Motivational to comply

Merupakan stimulus atau kesediaan seseorang untuk melakukan atau tidak melakukannya pendapat dari pihak lain yang menjadi harapannya.

2.1.4 *Perceived Behavioral Control*

Perceived behavioral control merupakan sebuah persepsi seseorang terhadap keyakinan terkait ada atau tidaknya komponen yang membantu atau menghambat kinerja individu yang dirasakan cenderung mempengaruhi minat (Ajzen, 2002 dalam Sabella et al., 2022). Sedangkan menurut Shah et al. (2019), menyatakan bahwa *perceived behavioral control* atau persepsi kontrol perilaku

mengacu pada persepsi yang dimiliki seseorang dimana ia memiliki kemampuan kendali atas suatu perilaku tertentu.

Menurut Mirawati et al. (2016) dalam Juniariani (2019), berpendapat bahwa *perceived behavioral control* merupakan gagasan atau kondisi seseorang percaya bahwa suatu tindakan mudah atau sulit untuk dilakukan dengan memahami berbagai resiko atau hambatan yang ada dalam melakukan tindakan tersebut. Hal ini juga sejalan dengan pernyataan oleh Feldman (1995) dalam Wirawan (2022), yang menyatakan bahwa persepsi kontrol perilaku merupakan kemudahan atau kesulitan yang dirasakan oleh seseorang ketika terlibat dalam suatu kegiatan berdasarkan pada pengalaman dan hambatan yang mungkin dihadapi ketika melakukan suatu tindakan.

Berdasarkan pengertian pendapat para ahli di atas, dapat disimpulkan *perceived behavioral control* atau persepsi kontrol perilaku adalah sebuah persepsi atau rasa percaya diri yang dimiliki oleh seseorang mengenai tingkat kemudahan atau kesulitannya dalam melakukan suatu perilaku yang ditentukan berdasarkan pengalamannya di masa lalu.

2.1.4.1 *Komponen Perceived Behavioral Control*

Menurut Ajzen (2015), menyatakan bahwa terdapat komponen yang ada dalam persepsi kontrol perilaku individu. Komponen tersebut meliputi:

1. Pengalaman

Keyakinan yang dimiliki individu tentang perilaku tertentu dapat dipengaruhi oleh pengalaman yang telah dilalui sebelumnya. Jika individu merasa bahwa perilaku yang akan dilakukannya berkaitan dengan pengalaman sulit di masa lalu, maka keyakinan untuk melakukan hal tersebut cenderung akan sulit.

2. Informasi

Keyakinan dalam diri individu untuk melakukan tindakan tertentu serta mempertimbangkan informasi yang ada pada perilaku tersebut, dalam artian bahwa individu akan memiliki persepsi mudah atau sulit melakukan suatu perilaku tergantung pada informasi yang ada.

2.1.5 Proactive Personality

Proactive personality atau kepribadian proaktif adalah kecenderungan yang relatif stabil pada seseorang untuk terbebas atau tidak terkekang oleh suatu kondisi dan dapat mempengaruhi perubahan dalam lingkungan sekitarnya (Bateman & Crant, 1993 dalam Phong et al., 2020). Sedangkan menurut Spurk et al. (2013) dalam Mahardika et al. (2020), menegaskan kepribadian proaktif adalah sebuah konstruk yang menangkap kecenderungan perilaku terhadap tekad dan perubahan lingkungan, dan dicirikan relatif tidak dibatasi oleh kekuatan situasional atau bertanggung jawab atas perubahan lingkungannya.

Menurut Crant & Jiang (2017) dalam Anindita (2020), menyatakan bahwa *proactive personality* atau kepribadian proaktif merupakan perilaku individu yang tidak terpengaruh dengan situasi yang ada atau cenderung memiliki inisiatif untuk meningkatkan keadaan dengan membuat keadaan lingkungan sekitarnya menjadi lebih baik dan tidak larut dengan situasi yang ada. Kepribadian proaktif juga berdampak pada timbulnya sikap, kinerja, perilaku, dan karir yang berhubungan. Hal tersebut sejalan dengan pendapat Guderman (2010) dalam Saban (2022) yang berpendapat bahwa *proactive personality* adalah kepribadian individu yang secara relatif tidak terdapat desakan oleh kekuatan situasional serta mampu mempengaruhi perubahan lingkungan sekitarnya.

Berdasarkan pengertian pendapat para ahli di atas, dapat disimpulkan *proactive personality* atau kepribadian proaktif adalah seseorang yang memiliki

sikap stabil, ulet, serta inisiatif yang tinggi untuk melakukan perubahan terhadap lingkungan sekitarnya menjadi yang lebih baik dibandingkan yang sudah ada sebelumnya.

2.1.5.1 Faktor - faktor yang dapat mempengaruhi kepribadian proaktif

Menurut Covey et al. (2001) dalam Lukito (2020), menjelaskan bahwa terdapat faktor yang dapat mempengaruhi kepribadian proaktif secara internal maupun eksternal. Adapun faktor internal yang dapat mempengaruhi kepribadian proaktif, yaitu:

1) Kepercayaan

Keterbukaan organisasi dan kepercayaan memotivasi seseorang untuk mempercepat komunikasi.

2) Motivasi

Merupakan sebuah dorongan untuk berpartisipasi dalam pembelajaran yang dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor internal diri sendiri atau eksternal individu.

3) Kebiasaan

Merupakan suatu perilaku yang dipraktikkan berulang kali sehingga menjadi sebuah perilaku yang secara otomatis terjadi tanpa perlu berpikir lebih lanjut.

4) Sikap

Merupakan pernyataan evaluatif yang positif atau negatif terkait suatu objek, individu, atau peristiwa.

Selain faktor internal, kepribadian proaktif juga dapat dipengaruhi oleh faktor eksternal, yaitu:

1) Teman

Merupakan ikatan erat dan bertahan lama antara 2 individu

2) Keluarga

Merupakan suatu kesatuan sosial terdiri dari suami, isteri, dan anak

3) Uang

Merupakan jenis kekayaan yang dimiliki dan digunakan untuk mengatasi hutang dalam jumlah tertentu dan pada waktu tertentu

4) Barang

Merupakan produk yang mempunyai bentuk fisik yang bersifat tangible (dapat dilihat, disentuh, dirasa, dipegang, dan disimpan)

5) Tempat ibadah

Merupakan lokasi atau tempat yang digunakan umat beragama untuk mempraktikkan ajaran agama atau kepercayaan yang dimiliki.

2.1.6 Entrepreneurial Intention

Entrepreneurial intention atau niat berwirausaha diartikan sebagai keinginan yang dimiliki oleh individu untuk melakukan sebuah perbuatan kewirausahaan (Kurjono et al., 2018). Menurut Krueger et al. (1993) dalam Setiawan et al. (2021), menyatakan bahwa niat kewirausahaan adalah suatu proses pembentukan dan pengambilan keputusan untuk membangun peluang usaha baru. Adapun ide dan sikap yang dimiliki oleh seorang wirausahawan terhadap adanya peluang merupakan hasil pembentukan niat berwirausaha sebelum membangun usaha atau bisnis barunya. Kegigihan ataupun kemampuan dari seseorang dalam hal mempraktikkan nilai-nilai kewirausahaan dalam kehidupannya sehari-hari.

Menurut Lee & Wong (2004) dalam Tamarasanti (2021), berpendapat bahwa *entrepreneurial intention* atau intensi berwirausaha diartikan juga sebagai permulaan atau awal adanya proses mendirikan usaha yang dapat

bertahan dalam jangka panjang. Menurut Katz et al. (1998) dalam Primandaru et al. (2019), menyatakan minat berwirausaha adalah sebuah proses yang dilakukan seseorang dalam mencari informasi yang bermanfaat untuk meraih tujuan dari adanya pembentukan suatu usaha. Minat berwirausaha dapat didefinisikan juga sebagai faktor-faktor motivasional yang mempengaruhi dan dimiliki oleh seseorang untuk mencapai dan menghasilkan sebuah wirausaha (Ariffin et al., 2018).

Berdasarkan pengertian beberapa ahli di atas, disimpulkan bahwa *entrepreneurial intention* atau minat berwirausaha ialah suatu sikap atau proses yang dimiliki seseorang dengan memusatkan fokus dalam hal wirausaha dikarenakan terdapat rasa suka, keinginan mencari informasi, mempelajari, serta mempraktikkan nilai kewirausahaan dalam kehidupannya.

2.1.6.1 Faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha

Individu yang memulai usaha atau memiliki minat berwirausaha dapat didorong oleh faktor yang mempengaruhinya. Menurut Buchori (2013) dalam Karnia et al. (2020), berpendapat bahwa minat seseorang untuk berwirausaha dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu:

1. Faktor Intrinsik

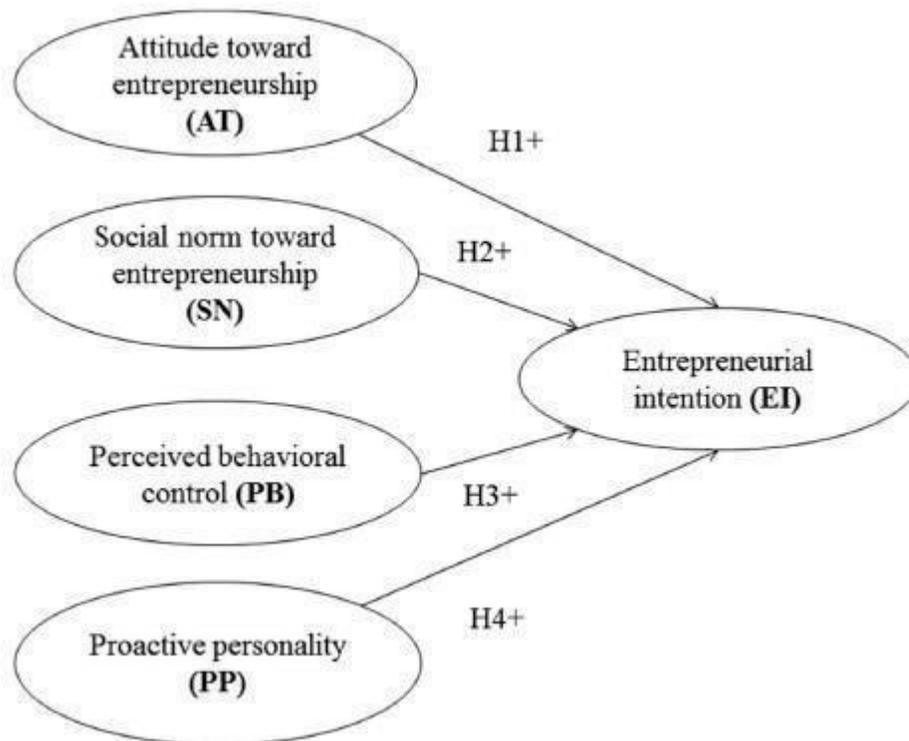
Faktor intrinsik adalah faktor yang dihasilkan dari pengaruh dalam diri seseorang. Adapun faktor intrinsik yang dapat mempengaruhi minat berwirausaha seseorang yaitu percaya diri, motif berprestasi, harga diri, serta perasaan senang.

2. Faktor Ekstrinsik

Faktor ekstrinsik adalah faktor yang muncul akibat adanya dorongan dari luar seseorang atau lingkungan. Adapun faktor ekstrinsik yang dapat mempengaruhi minat berwirausaha seseorang yaitu lingkungan keluarga, lingkungan masyarakat, peluang, serta pendidikan.

Sedangkan menurut H.D Robert (2008) dalam Praswati (2014), menyatakan bahwa minat berwirausaha dapat dipengaruhi oleh faktor lingkungan, faktor harga diri, faktor peluang, faktor kepribadian, faktor visi, faktor pendapatan dan percaya diri.

2.2 Model Penelitian



Gambar 2.1 Model Penelitian

Sumber: Phong et al. (2020)

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan model penelitian pada Gambar 2.1 yang diadopsikan dari penelitian Phong et al. (2020) untuk diaplikasikan pada penelitian yang berjudul “Analisis Pengaruh *Attitude Toward Entrepreneurship, Social norm, Perceived behavioral Control, dan Proactive Personality* Terhadap

Entrepreneurial Intention Pada Generasi Z di Wilayah Jabodetabek”, dengan uji hipotesis pada penelitian ini, yaitu:

1. H1: *Attitude Toward Entrepreneurship* memiliki pengaruh positif terhadap *entrepreneurial intention*
2. H2: *Social Norm Toward Entrepreneurship* memiliki pengaruh positif terhadap *entrepreneurial intention*
3. H3: *Perceived Behavioral Control* memiliki pengaruh positif terhadap *entrepreneurial intention*
4. H4: *Proactive Personality* memiliki pengaruh positif terhadap *entrepreneurial intention*

2.3 Hipotesis

Berikut merupakan variabel-variabel yang digunakan penulis dalam penelitian ini sebagai pengembangan hipotesis yang akan diuji, yaitu: *attitudes*, *subjective norms*, *perceived behavior*, dan *proactive personality* yang berpengaruh terhadap timbulnya *entrepreneurial intention* pada generasi Z.

2.3.1 *Attitude Toward Entrepreneurship* berpengaruh positif terhadap *Entrepreneurial Intention*

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Jena, R.K. (2020), temuan penelitian menunjukkan bahwa *attitude toward entrepreneurship* secara positif dan signifikan mempengaruhi *entrepreneurial intention*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memastikan bagaimana sikap terhadap kewirausahaan dan pendidikan mempengaruhi keputusan seseorang untuk mengejar kewirausahaan sebagai karir.

Selanjutnya, pada penelitian oleh Mirjana et al. (2018), studi menemukan *entrepreneurial intention* secara positif dipengaruhi oleh *attitude toward entrepreneurship*, norma subjektif dari lingkungan eksternal dan kontrol perilaku memiliki yang menjadi faktor penting dalam menumbuhkan keinginan seseorang untuk menjadi seorang wirausahawan. Hal serupa juga ditemukan dalam penelitian yang dilakukan oleh Amofah et al. (2020), hasil

menunjukkan bahwa *entrepreneurial intention* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *attitude toward entrepreneurship*.

Berdasarkan pemaparan hasil penelitian terdahulu di atas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H1: *Attitude toward entrepreneurship* berpengaruh positif terhadap *entrepreneurial intention*.

2.3.2 Social Norm Toward Entrepreneurship berpengaruh positif terhadap Entrepreneurial Intention

Dalam penelitian oleh Rana et al. (2021), menyatakan bahwa *social norm toward entrepreneurship* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *entrepreneurial intention*. Penelitian ini menunjukkan bahwa sikap pribadi individu yang berkembang karena pengaruh keluarga, teman dekat ataupun lingkungan sekitar merupakan indikator kuat untuk mempengaruhi niat seseorang terhadap perilaku kewirausahaan.

Pada penelitian yang dilakukan Abbas et al. (2020), hasil penelitian menyatakan bahwa *social norm* secara positif dan signifikan mempengaruhi *entrepreneurial intention*. Penelitian ini mengatakan bahwa norma sosial yang didapatkan dari dukungan keluarga maupun teman dekat yang tepat dapat meningkatkan niat berwirausaha seseorang.

Hal serupa ditemukan pada penelitian Ephrem et al. (2019), penelitian ini menjelaskan bahwa *social norm* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *entrepreneurial intention*.

Berdasarkan pada penjelasan dari penelitian terdahulu di atas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H2: *Social norm toward entrepreneurship* berpengaruh positif terhadap *entrepreneurial intention*.

2.3.3 *Perceived Behavioral Control* berpengaruh positif terhadap *Entrepreneurial Intention*

Dalam penelitian yang dilakukan Mammary et al. (2022), penelitian menunjukkan bahwa *perceived behavioral control* secara positif memiliki pengaruh terhadap *entrepreneurial intention*. Menurut penelitian ini, akan mudah untuk menumbuhkan keinginan dalam melakukan tindakan kewirausahaan terhadap seseorang yang memiliki tingkat kontrol perilaku yang tinggi.

Selanjutnya, berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Salaouatchi (2020), menjelaskan bahwa *perceived behavioral control* memiliki dampak positif dan signifikan terhadap *entrepreneurial intention* untuk memulai suatu usaha atau bisnis. Menurut penelitian ini, seseorang membutuhkan sumber daya, tingkat pengetahuan tertentu, serta kemampuan untuk mengendalikan perilaku mereka untuk terlibat dalam perilaku kewirausahaan yang diinginkan.

Adapun pada penelitian yang dilakukan Almohammad (2021), hasil memperlihatkan bahwa *perceived behavioral control* memiliki pengaruh positif terhadap *entrepreneurial intention*.

Berdasarkan dari hasil penelitian terdahulu yang telah diuraikan di atas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H3: *Perceived behavioral control* berpengaruh secara positif terhadap *entrepreneurial intention*.

2.3.4 *Proactive Personality* berpengaruh positif terhadap *Entrepreneurial Intention*

Dalam penelitian yang dilakukan Kumar et al. (2019), mengungkapkan bahwa *proactive personality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *entrepreneurial intention*. Menurut penelitian ini, aspirasi kewirausahaan seseorang ditentukan oleh sikap proaktif mereka jika memiliki rasa percaya diri atas upaya yang dilakukan.

Hal serupa ditemukan dalam penelitian yang dilakukan Sun et al.(2020), hasil menunjukkan kepribadian proaktif secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap *entrepreneurial intention*. Penelitian ini menyatakan bahwa kepribadian proaktif sebagai salah satu ciri dari seseorang yang berpengaruh besar terhadap minat berwirausaha seseorang.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Sidratulmunthah et al. (2018), disebutkan bahwa *proactive personality* memiliki pengaruh positif terhadap *entrepreneurial intention*.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang telah dijelaskan di atas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H4: *Proactive personality* berpengaruh positif terhadap *entrepreneurial intention*.

2.4 Penelitian Terdahulu

Berikut adalah kumpulan jurnal terdahulu yang digunakan oleh peneliti untuk mendukung pengembangan hipotesis dari variabel *attitude toward entrepreneurship*, *social norm toward entrepreneurship*, *perceived behavioral control*, dan *proactive personality* sebagai bahan meneliti terkait *entrepreneurial intention*.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti	Publikasi	Judul Penelitian	Temuan Inti
1.	Phong et al. (2020)	<i>Taylor & Francis</i> , 7(1), 1747962.	<i>Entrepreneurial intent of business students: Empirical evidence from a transitional economy</i>	Model penelitian
2.	Jena, R.K. (2020)	<i>Elsevier</i> , 107, 106275.	<i>Measuring the impact of business management Students attitude towards entrepreneurship education on entrepreneurial intention: A case study</i>	<i>Attitude toward entrepreneurship berpengaruh positif dan signifikan terhadap entrepreneurial intention</i>
3.	Mirjana et al. (2018)	<i>Routledge</i> , 31(1), 1453-1471.	<i>Examining determinant of entrepreneurial intentions in Slovenia: applying the theory of planned behaviour and an</i>	Hasil penelitian menunjukkan <i>attitude toward entrepreneurship berpengaruh secara positif terhadap entrepreneurial intention</i>

			<i>innovative cognitive style</i>	
4.	Amofah et al. (2020)	<i>Taylor & Francis, 7(1), 1832401.</i>	<i>Entrepreneurial intentions among MBA students</i>	Hasil temuan ini menyatakan bahwa <i>attitude toward entrepreneurship</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>entrepreneurial intention</i>
5.	Rana et al. (2021)	<i>Research Gate, 25(1), 1-12.</i>	<i>The influence of social norms and entrepreneurship knowledge on entrepreneurship intention: The mediating role of personal attitude</i>	Penelitian ini menunjukkan bahwa <i>social norm</i> memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap <i>entrepreneurial intention</i>
6.	Abbas et al. (2020)	<i>European Journal of Business & Management</i>	<i>Social norms and entrepreneurial intention of graduating University student in North West Nigeria</i>	Hasil dari temuan ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan antara <i>social norm</i>

		<i>Research</i> , 5(2), 1-5.		dan <i>entrepreneurial intention</i>
7.	Ephrem et al. (2019)	<i>Emerald Insight</i> , 61(7/8), 963-983.	<i>Perceived social norms, psychological capital and entrepreneurial intention among undergraduate students in Bukavu</i>	<i>Social norm</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>entrepreneurial intention</i>
8.	Mammary et al. (2022)	<i>Elsevier</i> , 2(2), 100106.	<i>Understanding entrepreneurship intention and behavior in the light of TPB model from the digital entrepreneurship perspective</i>	Temuan ini menyatakan bahwa <i>perceived behavioral control</i> memiliki pengaruh positif terhadap <i>entrepreneurial intention</i>
9.	Salaouatchi (2020)	<i>Research Gate</i> , 14(1), 18-30.	<i>Determinant of entrepreneurial intentions: The case of business in Algeria</i>	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa <i>perceived behavioral control</i> memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap <i>entrepreneurial intention</i>

10.	Almohammad (2021)	<i>Sustainability</i> , 13(15), 8602.	<i>Entrepreneurship in Crisis: The Determinants of Syrian Refugees' Entrepreneurial Intentions in Turkey</i>	<i>Perceived behavioral control</i> memiliki pengaruh positif terhadap <i>entrepreneurial intention</i>
11.	Kumar et al. (2019)	<i>Sage Journal</i> , 23(1), 101-118.	<i>Creativity, Proactive Personality and Entrepreneurial Intentions: Examining the Mediating Role of Entrepreneurial Self-efficacy</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepribadian proaktif memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap <i>entrepreneurial intention</i>
12.	Sun et al. (2020)	<i>Open Access Library Journal</i> , 7(10), 1-15.	<i>Entrepreneurship Education Promotes Individual Entrepreneurial Entention: Does Proactive Personality Work?</i>	Penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara <i>proactive personality</i> dan <i>entrepreneurial intention</i>
13.	Sidratulmunthah et al. (2018)	<i>Emerald Insight</i> , 12(3), 363-378.	<i>Towards nurturing the entrepreneurial intentions of neglected female business students</i>	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa <i>proactive personality</i>

			<i>of Pakistan through proactive personality, self-efficacy and university support factors</i>	berpengaruh positif terhadap <i>entrepreneurial intention</i>
--	--	--	--	---

UMMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NIISANTARA