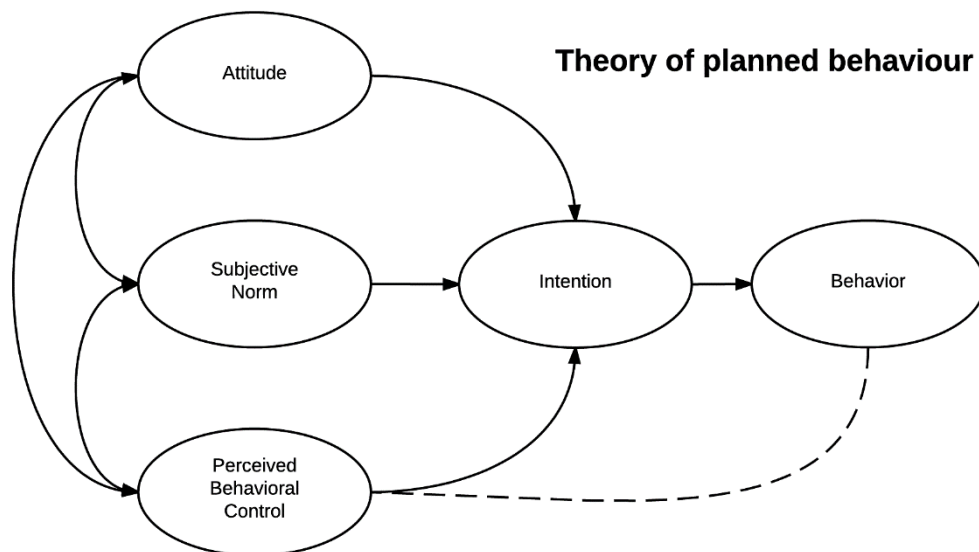


BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Tinjauan Teori

2.1.1 Theory of Planned Behavior



Gambar 2.1 Theory of Planned Behavior

Sumber : B Tuncer (2019)

Theory of Planned Behavior (TPB) adalah sebuah teori psikologis yang digunakan untuk memahami dan meramalkan perilaku manusia, termasuk perilaku kewirausahaan. Teori ini menyatakan bahwa niat untuk melakukan suatu perilaku dapat diprediksi dengan akurasi tinggi melalui tiga faktor utama: *attitude toward the behavior*, *subjective norms*, dan *perceived behavioral control* (Ajzen, 1991).

Menurut Ajzen (1991), *attitude toward the behavior* mencerminkan sejauh mana seseorang menilai suatu perilaku sebagai menguntungkan atau merugikan. *Subjective norms* adalah sejauh mana seseorang merasakan tekanan sosial dari orang-orang di sekitarnya untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku tertentu. *perceived behavioral control* adalah persepsi

seseorang terhadap kemudahan atau kesulitan dalam melaksanakan perilaku tersebut.

Dalam konteks kewirausahaan, TPB telah diterapkan untuk memahami dan meramalkan niat kewirausahaan mahasiswa (Hussain, 2018; Vinogradov et al., 2013). Teori ini memberikan kerangka kerja yang komprehensif untuk menganalisis bagaimana *personal attitude*, *subjective norms*, dan *perceived behavioral control* secara bersama-sama memengaruhi *entrepreneurial intentions*.

2.1.2 Entrepreneurship

Kata "*entrepreneur*" berasal dari bahasa Prancis pada abad pertengahan, yang secara harfiah berarti "pengambil antara" atau perantara (Sarstedt & Cheah, 2019). Menurut Sarstedt dan Cheah, pada zaman itu kewirausahaan menggambarkan peran seorang individu yang bertindak sebagai perantara, memfasilitasi hubungan dan transaksi di antara pelaku ekonomi. Dari waktu ke waktu, definisi kewirausahaan telah berkembang untuk mencakup karakteristik seperti inovasi dan kemampuan mengambil inisiatif.

Dalam analisis terbaru oleh Morris dan Kuratko (2018), kewirausahaan diartikan sebagai kapasitas untuk mengembangkan mekanisme sosial dan ekonomi yang efektif, mengubah sumber daya dan situasi menjadi produk atau jasa yang berharga. Mereka menyoroti bagaimana kewirausahaan kini tidak hanya mencakup pembuatan nilai ekonomi tetapi juga mengemban peranan penting dalam memimpin transformasi dan inovasi dalam konteks bisnis. Dengan demikian, konsep perantara dari bahasa Prancis tersebut telah berevolusi menjadi peran wirausaha modern yang krusial dalam mendesain dan mengimplementasikan perubahan ekonomi yang signifikan.

Menurut studi terkini oleh Gupta dan York (2017), sikap terhadap risiko memegang peran krusial dalam mempengaruhi keputusan individu untuk mendirikan usaha baru. Mereka mengidentifikasi bahwa sikap terhadap kegagalan—dianggap sebagai unsur penting dari proses pembelajaran—

sangat mempengaruhi niat kewirausahaan. Para wirausahawan yang melihat kegagalan sebagai kesempatan untuk belajar cenderung lebih bersedia mengambil risiko dan menerapkan inovasi.

Dengan demikian, kesimpulan dari kata tersebut adalah bahwa kewirausahaan bukan hanya tentang peran perantara dalam hubungan ekonomi, tetapi juga melibatkan kemampuan menciptakan nilai, mengelola perubahan ekonomi, dan memiliki sikap mental yang berani dalam menghadapi risiko dan kegagalan. Konsep ini menjadi semakin penting dalam memahami peran wirausaha dalam mengarahkan inovasi, pertumbuhan ekonomi, dan pembentukan nilai-nilai baru dalam masyarakat.

2.1.3 Personal Attitude

Personal Attitude (PA) adalah kekuatan utama di balik keberhasilan atau kegagalan seseorang dalam mengatasi hambatan ketika dihadapkan pada peristiwa-peristiwa yang ambigu dalam kehidupan (Darren Lee-Ross, 2017). Semakin seseorang memiliki *positive attitude* terhadap suatu situasi tertentu (*entrepreneurial intentions*), semakin besar kemungkinan orang tersebut untuk berhasil. Bukti menunjukkan bahwa *attitude* terhadap perilaku merujuk pada sejauh mana seorang individu memberikan penilaian yang menguntungkan terhadap memulai bisnis baru (Eliyana et al. 2020).

Demikian pula, studi Lee-Ross (2017) menyarankan bahwa *attitude* terhadap perilaku kewirausahaan berkaitan dengan evaluasi umum terhadap perilaku tersebut; dengan kata lain, apakah perilaku tersebut menarik atau tidak. Oleh karena itu, selama periode krisis ketenagakerjaan, kita dapat mengharapkan bahwa mahasiswa dengan *positive attitude* pribadi terhadap niat kewirausahaan lebih cenderung mengejar usaha kewirausahaan dibandingkan dengan mereka yang memiliki *negative attitude*. Selain itu, dalam studi lainnya, telah terbukti adanya kaitan antara *risk attitude* dan niat kewirausahaan Boldureanu et al. (2020). Selain itu, memulai usaha baru melibatkan ketidakpastian dan risiko yang hanya dapat diatasi oleh individu

dengan *positive attitude* pribadi terhadap kewirausahaan dibandingkan dengan mereka yang memiliki *negative PA* (cenderung menghindari risiko). *Personal attitudes* dipandang sebagai penilaian dan evaluasi individu terhadap tindakan tertentu yang mungkin diambil ketika dihadapkan pada keputusan sulit.

Personal attitudes terhadap kewirausahaan mencerminkan pandangan individu tentang kewirausahaan sebagai pilihan karier atau tindakan yang positif atau negatif. Ajzen (1991) menggambarkan sikap sebagai evaluasi seseorang terhadap objek tertentu, yang dalam konteks ini adalah kewirausahaan. Sikap personal dapat mencakup aspek-aspek seperti minat, kepercayaan, dan nilai-nilai yang terkait dengan kewirausahaan, namun sikap seseorang dapat berubah yang dikarenakan dari situasi maupun lingkungan sekitar mereka.

2.1.4 Entrepreneurial Intentions

Entrepreneurial intention (EI) merujuk pada keinginan dari seorang individu untuk mendirikan dan menjalankan bisnis baru, yang sering kali dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti keyakinan pribadi, motivasi, dan kondisi lingkungan. Niat ini merupakan indikator penting yang dapat memprediksi tindakan kewirausahaan yang sebenarnya (Krueger, 2020). Sebagai contoh, Menurut studi yang dilakukan oleh Schlaegel dan He (diadaptasi dari Krueger, 2000) memberikan definisi yang relevan, yaitu "kesediaan untuk mendirikan bisnis atau menjadi wirausahawan". Pandangan Krueger menyoroti pentingnya kesiapan dan kemauan individu untuk memasuki dunia kewirausahaan sebagai landasan awal.

Dalam konteks *entrepreneurial intention*, Johara, Yahya, dan Tehseen (2017) menyumbang dengan mendefinisikan istilah ini sebagai "niat yang terbentuk melalui motivasi pribadi dan pengaruh lingkungan sosial yang mendukung upaya kewirausahaan." Definisi ini menggarisbawahi pentingnya faktor psikologis dan dukungan sosial yang memengaruhi

keinginan individu untuk terlibat dalam kewirausahaan. Dengan demikian, konsep *entrepreneurial intention* mencakup aspek-aspek yang melibatkan motivasi internal dan eksternal individu terhadap pendirian dan pengembangan bisnisnya sendiri (Johara, Yahya, & Tehseen, 2017).

Menurut pandangan Krueger yang disampaikan oleh Schlaegel dan He, *entrepreneurial intention* mencakup aspek kesiapan dan keinginan yang kuat dari individu untuk memulai dan mengembangkan bisnisnya sendiri. Sementara itu, Fayolle dan Degeorge memberikan perspektif tambahan tentang dimensi psikologis dan motivasional, yang menggambarkan bahwa *entrepreneurial intention* adalah tentang bagaimana niat batin membentuk keputusan untuk terlibat dalam kewirausahaan.

2.1.5 Subjective Norms

Subjective norms (SN) adalah persepsi individu tentang ekspektasi dan pandangan orang lain terhadap perilaku tertentu (B Tuncer, 2019). Dalam konteks kewirausahaan, *subjective norms* mencakup dukungan dan harapan yang diterima oleh individu dari keluarga, teman sebaya, dan mentor terkait dengan kewirausahaan.

Subjective norms memainkan peran penting dalam membentuk sikap dan niat kewirausahaan seseorang. Menurut studi oleh Rabialdy et al. (2022), *subjective norms* mendefinisikan bagaimana seseorang akan bertindak dalam situasi tertentu, terutama ketika dihadapkan pada keputusan untuk terlibat dalam aktivitas kewirausahaan. Pandangan sosial ini dapat mempengaruhi keputusan individu terkait perilaku kewirausahaan mereka.

Selain itu, Santoso (2021) juga menyoroti signifikansi *subjective norms* dalam konteks kewirausahaan. Menurut Santoso, *subjective norms* mencerminkan tekanan sosial yang dirasakan, baik dari keluarga maupun masyarakat umum, yang memengaruhi bagaimana seseorang mengevaluasi dan merespon peluang kewirausahaan. Oleh karena itu, *subjective norms* bukan hanya tentang pandangan individu terhadap perilaku kewirausahaan

tetapi juga tentang pengaruh sosial yang dapat membentuk sikap dan niat kewirausahaan seseorang.

Secara umum, *subjective norms* menjadi elemen kritis dalam *Theory of Planned Behaviour*, terutama dalam konteks kewirausahaan. Dalam konteks ini, pandangan dan harapan sosial dapat menjadi faktor penentu dalam memahami bagaimana individu merespons peluang kewirausahaan dan apakah mereka cenderung untuk terlibat dalam aktivitas wirausaha tersebut.

2.1.6 Perceived Behavioral Control

Perceived behavioral control (PBC) merupakan salah satu konsep kunci dalam Theory of planned behavior yang menyatakan sejauh mana seseorang merasa mudah atau sulit untuk melakukan perilaku tertentu. (Dinc, M. S., & Budic, S. (2016)). Penelitian oleh Vamvaka et al. (2020) menjelaskan bahwa PBC meliputi persepsi individu tentang kemudahan atau kesulitan dalam melaksanakan perilaku kewirausahaan seperti mengambil risiko dengan memulai dan menjalankan bisnis baru. Dengan kata lain, seberapa yakin dan mampu seseorang dalam mengatasi hambatan dan kendala yang mungkin muncul selama proses berwirausaha.

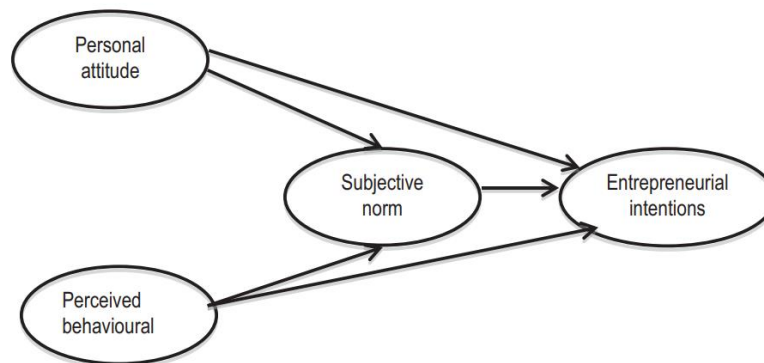
Penelitian oleh Boudreaux, Nikolaev, and Klein (2019) menyoroti *Perceived Behavioral Control* (PBC) sebagai elemen kunci dalam membentuk entrepreneurial intentions. Mereka menekankan bahwa keyakinan individu terhadap kemampuan mereka untuk mengatasi hambatan dan mengendalikan tindakan kewirausahaan mereka secara signifikan mempengaruhi keinginan untuk berpartisipasi dalam aktivitas tersebut. Dengan demikian, PBC dianggap sebagai faktor determinan yang mempengaruhi sikap dan niat kewirausahaan seseorang.

Selain itu, studi Fellnhofer (2017) menunjukkan bahwa PBC tidak hanya tentang kemampuan teknis atau keterampilan saja, tetapi juga melibatkan persepsi terhadap sumber daya yang tersedia dan dukungan lingkungan. Hal ini menunjukkan bahwa PBC mencakup dimensi yang lebih luas, termasuk

faktor-faktor eksternal yang dapat memengaruhi kemampuan seseorang untuk melakukan perilaku kewirausahaan. Dengan demikian, PBC tidak hanya melibatkan kepercayaan pada kemampuan diri sendiri tetapi juga penilaian terhadap konteks dan dukungan yang dapat mempengaruhi pelaksanaan perilaku kewirausahaan.

2.2 Model Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti memilih untuk mengadopsi metode penelitian yang sebelumnya telah dijelaskan dalam sebuah jurnal oleh Agolla et al. (2019) berjudul "*Antecedents of entrepreneurial intentions amongst business students in a tertiary institution.*" Penelitian tersebut dijadikan sebagai pedoman acuan bagi peneliti untuk mengembangkan model penelitian yang diterapkan dalam konteks ini, seperti dibawah ini:



Gambar 2.2 Model Penelitian

Sumber : "*Antecedents of entrepreneurial intentions amongst business students in a tertiary institution*", 2019

Peneliti menggunakan model Agolla et al. (2019) Pada Gambar (3.1) untuk digunakan dalam penelitian ini yang berjudul : "Pengaruh *Personal Attitude*, dan *Perceived Behavioral Control* yang Dimediasi oleh *Subjective Norm* terhadap *Entrepreneurial Intentions* Mahasiswa di Tangerang Selatan dan Jakarta", dengan hipotesis sebagai berikut :

H1: Sikap Personal (*Personal Attitude*, PA) terhadap kewirausahaan memiliki pengaruh positif secara statistik terhadap niat berwirausaha (*Entrepreneurial Intention*, EI).

H2: PA yang dimediasi oleh norma subjektif (*Subjective Norm*, SN) akan memiliki pengaruh positif secara statistik terhadap niat berwirausaha (EI).

H3: SN akan memiliki pengaruh positif secara statistik terhadap EI.

H4: Persepsi kontrol perilaku (*Perceived Behavioral Control*, PBC) yang dimediasi oleh SN akan memiliki pengaruh positif secara statistik terhadap EI.

H5: PBC akan secara langsung memiliki pengaruh positif secara statistik terhadap EI.

2.3 Hipotesis

2.3.1 Sikap Personal (*Personal Attitude*, PA) terhadap kewirausahaan memiliki pengaruh positif secara statistik terhadap niat berwirausaha (*Entrepreneurial Intention*, EI)

Sikap Personal (PA) terhadap kewirausahaan memiliki pengaruh positif secara signifikan terhadap *niat berwirausaha* (EI). Penelitian yang dilakukan oleh Yasir, Xie, dan Zhang (2022) yang melibatkan berbagai responden dari berbagai universitas menyimpulkan bahwa ada pengaruh yang kuat antara sikap personal mahasiswa terhadap kewirausahaan dan niat kewirausahaan mereka. Studi ini menunjukkan bahwa sikap positif terhadap kewirausahaan berkorelasi tinggi dengan niat untuk terlibat dalam kegiatan kewirausahaan, yang juga membutuhkan beberapa soft skill. Keterampilan ini penting untuk mengembangkan sikap personal mahasiswa agar dapat mengambil tindakan kewirausahaan.

Penelitian oleh Barba-Sánchez dan Mitre-Aranda (2022) menjelaskan bahwa keyakinan dasar individu dapat menjelaskan hubungan antara sikap personal dan niat kewirausahaan. Keyakinan dasar dan sikap individu

terhadap perilaku kewirausahaan mengkonfirmasi kemauan mereka untuk melakukan tindakan terkait kegiatan kewirausahaan. Temuan ini menekankan peran penting keyakinan dasar dalam membentuk niat berwirausaha.

Penelitian oleh Vamvaka et al. (2020) yang melibatkan 210 mahasiswa dari berbagai universitas menemukan bahwa sikap personal mahasiswa terhadap pekerjaan memengaruhi keputusan mereka untuk menjadi wirausahawan. Empat puluh persen responden menyatakan preferensi untuk menjadi wirausahawan daripada bekerja untuk orang lain. Hal ini menekankan dampak signifikan dari sikap personal terhadap kecenderungan untuk menjadi seorang wirausahawan.

Berdasarkan temuan tersebut, maka hipotesis yang didapat sebagai berikut:

H1: Sikap Personal (*Personal Attitude, PA*) terhadap kewirausahaan memiliki pengaruh positif secara statistik terhadap niat berwirausaha (*Entrepreneurial Intention, EI*).

2.3.2 PA yang dimediasi oleh norma subjektif (*Subjective Norm, SN*) akan memiliki pengaruh positif secara statistik terhadap niat berwirausaha (*EI*).

Penelitian oleh Yazeed (2020) menunjukkan bahwa *subjective norms* memediasi hubungan antara *personal attitude* dan *entrepreneurial intentions*. Studi ini menemukan bahwa *subjective norms* bisa memediasi hubungan tersebut secara parsial atau penuh, yang menyoroti pentingnya ekspektasi sosial dalam proses kewirausahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa tekanan dan harapan dari lingkungan sosial dapat mempengaruhi niat kewirausahaan seseorang berdasarkan sikap pribadi mereka terhadap kewirausahaan.

Penelitian oleh Yasir et al. (2021) mengeksplorasi bagaimana *subjective norms* berinteraksi dengan *personal attitude* dan *perceived behavioral control* untuk mempengaruhi *entrepreneurial intentions*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *subjective norms* memiliki pengaruh signifikan terhadap *entrepreneurial intentions*, yang dimediasi oleh *personal attitudes* dan *perceived behavioral control*. Temuan ini memperkuat pemahaman bahwa norma sosial tidak hanya berpengaruh langsung tetapi juga mempengaruhi melalui faktor-faktor lain seperti sikap dan kontrol perilaku yang dirasakan.

Penelitian oleh Bazan (2022) menunjukkan bahwa interaksi antara *subjective norms*, *personal attitudes*, dan faktor lain seperti *entrepreneurial self-efficacy* dapat mempengaruhi *entrepreneurial intentions*. Mereka mengembangkan model mediasi yang moderat di mana *subjective norms* memoderasi hubungan antara *entrepreneurial self-efficacy* dan *entrepreneurial intentions*, melalui mediasi *personal attitudes* dan *perceived behavioral control*. Hasil penelitian ini menegaskan peran penting dari *subjective norms* dalam membentuk niat kewirausahaan melalui pengaruh mereka terhadap efikasi diri dan sikap kewirausahaan.

Berdasarkan temuan tersebut, maka hipotesis yang didapat sebagai berikut:

H2: Personal Attitude yang dimediasi oleh norma subjektif (*Subjective Norm*, SN) akan memiliki pengaruh positif secara statistik terhadap niat berwirausaha (EI).

2.3.3 Subjective Norm akan memiliki pengaruh positif secara statistik terhadap Entrepreneurial Intention.

Penelitian oleh Abedelrahim (2020) di universitas-universitas Sudan, meneliti pengaruh *perceived control*, *attitude*, dan *subjective norms* terhadap *entrepreneurial intentions*. Survei yang melibatkan 97 responden menunjukkan bahwa *subjective norms* memiliki pengaruh signifikan

terhadap pembentukan EI. Temuan ini menunjukkan bahwa ekspektasi dan tekanan sosial yang dirasakan memegang peranan penting dalam memotivasi individu untuk menjadi wirausaha.

Penelitian oleh AI Vodă and N Florea (2019) di universitas dalam negara Romania, menginvestigasi hubungan antara SN dan EI di kalangan mahasiswa bisnis. Studi yang melibatkan 270 responden menemukan hubungan yang signifikan antara SN dan EI. Temuan ini menegaskan bahwa dukungan dan harapan sosial terhadap perilaku kewirausahaan memiliki dampak yang kuat terhadap niat untuk memulai usaha. Hal ini menunjukkan pentingnya mengembangkan lingkungan yang mendukung kewirausahaan di kalangan mahasiswa untuk meningkatkan niat kewirausahaan mereka, mencerminkan bahwa norma-norma sosial berperan besar dalam membentuk aspirasi kewirausahaan.

Penelitian oleh Shah, Amjed, dan Jaboob (2020) juga menekankan peran SN. Survei yang melibatkan 204 mahasiswa di Pakistan menunjukkan bahwa individu yang merasakan penerimaan dari orang lain terhadap ide atau keputusan mereka untuk mendirikan usaha baru lebih mungkin memiliki EI yang kuat. Dengan kata lain, jika seseorang yakin bahwa orang lain akan menyetujui ide atau keputusan mereka untuk membentuk bisnis baru, itu meningkatkan EI mereka.

Berdasarkan temuan tersebut, maka hipotesis yang didapat sebagai berikut:

H3: Subjective Norm akan memiliki pengaruh positif secara statistik terhadap Entrepreneurial Intention.

2.3.4 Persepsi kontrol perilaku (*Perceived Behavioral Control, PBC*) yang dimediasi oleh Subjective Norm memiliki pengaruh positif secara statistik terhadap Entrepreneurial Intention.

Kendali perilaku yang dimediasi mencakup keyakinan individu tentang kemampuannya untuk melakukan tindakan yang diperlukan untuk mencapai

tujuan tertentu (Ajzen, 1991). Dalam konteks kewirausahaan, ini mencakup keyakinan tentang kemampuan untuk mengatasi hambatan, mengambil risiko yang terukur, dan mengelola bisnis.

Penelitian oleh Aga dan Singh (2022) meneliti bagaimana *Perceived Behavioral Control (PBC)*, bersama dengan *Attitude* dan *Subjective Norms*, memediasi niat berwirausaha (*Entrepreneurial Intention*) mahasiswa yang telah mengikuti kursus kewirausahaan. Survei ini melibatkan 335 mahasiswa dari empat universitas di Ethiopia yang telah mengambil kursus kewirausahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PBC memiliki peran penting dalam mediasi antara pendidikan kewirausahaan dan niat berwirausaha.

Studi ini menekankan bahwa PBC dapat meningkatkan kepercayaan mahasiswa pada kemampuan mereka untuk memulai dan mengelola usaha baru, yang secara langsung berpengaruh pada niat berwirausaha mereka. Dengan demikian, penelitian ini menekankan pentingnya komponen pendidikan kewirausahaan yang tidak hanya fokus pada transfer pengetahuan dan keterampilan, tetapi juga pada pengembangan kontrol perilaku dan sikap yang mendukung terhadap kewirausahaan.

Penelitian oleh Shabbir dan Shariff (2016) meneliti pengaruh *Perceived Behavioral Control (PBC)* yang dimediasi oleh *Subjective Norms* dalam hubungan antara keterampilan pribadi kewirausahaan dan niat berwirausaha pada karyawan TI di Pakistan. Studi ini melibatkan analisis data dari 387 responden yang bekerja di sektor TI. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa *PBC*, ketika dikombinasikan dengan dukungan dari pemangku kepentingan, berperan signifikan dalam memediasi hubungan antara keterampilan pribadi dan niat berwirausaha.

Studi ini menekankan bahwa *PBC* dapat meningkatkan keyakinan individu pada kemampuan mereka untuk melaksanakan tindakan kewirausahaan, terutama ketika didukung oleh norma sosial yang positif

dari lingkungan sekitar. Oleh karena itu, penelitian ini menggarisbawahi pentingnya mendukung karyawan dengan sistem dukungan yang kuat dan norma sosial yang menguntungkan untuk mendorong niat berwirausaha di kalangan profesional TI.

Penelitian oleh Isma, Sudarmiati, dan Hermawan (2020) mengeksplorasi bagaimana *Perceived Behavioral Control (PBC)*, bersama dengan *Attitude* dan *Subjective Norms*, memediasi niat berwirausaha (*Entrepreneurial Intention*) di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi. Survei dilakukan terhadap 220 mahasiswa di Makassar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *PBC* memiliki peran kunci dalam mediasi antara sikap kewirausahaan dan niat berwirausaha.

Studi ini menyoroiti bahwa *PBC* dapat meningkatkan keyakinan mahasiswa pada kemampuan mereka untuk memulai dan mengelola usaha baru, yang secara langsung berpengaruh pada niat berwirausaha mereka. Oleh karena itu, penelitian ini menekankan pentingnya pengajaran kewirausahaan yang tidak hanya berfokus pada pengetahuan dan keterampilan, tetapi juga pada pengembangan kontrol perilaku dan sikap yang mendukung terhadap kewirausahaan.

Berdasarkan temuan tersebut, maka hipotesis yang didapat sebagai berikut:

H4: Persepsi kontrol perilaku (*Perceived Behavioral Control, PBC*) yang dimediasi oleh *Subjective Norm* akan memiliki pengaruh positif secara statistik terhadap *Entrepreneurial Intention*.

2.3.5 *Perceived Behavioral Control* akan secara langsung memiliki pengaruh positif secara statistik terhadap *Entrepreneurial Intention*.

Penelitian Yushun Su et al. (2021) "Factors Influencing *Entrepreneurial Intention* of University Students in China: Integrating the Perceived

University Support and Theory of Planned Behavior," melakukan survei terhadap 1667 mahasiswa universitas di China yang valid untuk mengeksplorasi pengaruh dukungan universitas terhadap niat berwirausaha. Penelitian ini menggunakan *Theory Of Planned Behavior* (TPB) sebagai kerangka teori utama, dengan memasukkan variabel *Perceived Behavioral Control* sebagai faktor penting dalam memprediksi niat berwirausaha mahasiswa.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *PBC* berperan penting dalam meningkatkan niat berwirausaha mahasiswa. Hal ini menegaskan bahwa mahasiswa yang memiliki persepsi kuat mengenai kemampuan mereka dalam mengontrol dan menjalankan perilaku kewirausahaan cenderung memiliki niat yang lebih tinggi untuk menjadi wirausahawan. Studi ini menemukan bahwa kontrol perilaku yang dirasakan tidak hanya meningkatkan keyakinan mahasiswa terhadap kemampuan mereka dalam berwirausaha tetapi juga secara langsung meningkatkan niat mereka untuk berwirausaha.

Penelitian oleh U. Kobylińska (2022) mengkaji pengaruh *Perceived Behavioral Control* (*PBC*) terhadap niat berwirausaha (*Entrepreneurial Intention, EI*) di kalangan mahasiswa Polandia. Studi ini menggunakan model persamaan struktural untuk menganalisis data dari 332 mahasiswa di Universitas Teknologi Bialystok. Temuan menunjukkan bahwa *PBC* memiliki pengaruh langsung dan signifikan terhadap *EI*.

Studi ini menekankan bahwa *PBC* memungkinkan individu merasa mampu mengatasi hambatan dalam mendirikan dan menjalankan sebuah usaha. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa yang percaya pada kemampuan mereka untuk mengontrol dan mengelola tantangan dalam berwirausaha cenderung memiliki niat yang lebih kuat untuk berwirausaha. Oleh karena itu, penelitian ini memberikan dukungan empiris yang kuat bahwa *PBC* secara langsung mempengaruhi *EI*, menunjukkan bahwa

keyakinan terhadap kontrol perilaku sendiri adalah faktor penting dalam membentuk niat berwirausaha di kalangan mahasiswa.

Penelitian yang relevan untuk Hipotesis 5 (H5) juga dilakukan oleh Nurul Hidayana Mohd Noor dan Eqmal Naqib Malek (2021). Penelitian ini menggunakan *Theory of Planned Behavior (TPB)* untuk mengeksplorasi pengaruh *Attitude Toward Behavior*, *Subjective Norm*, dan *Perceived Behavioral Control* terhadap niat kewirausahaan mahasiswa. Dari penelitian yang melibatkan 177 mahasiswa sarjana, ditemukan bahwa ketiga faktor tersebut secara signifikan mempengaruhi niat kewirausahaan. Khususnya, *Perceived Behavioral Control* muncul sebagai prediktor terkuat dari niat kewirausahaan mahasiswa. Temuan ini mengonfirmasi bahwa *Perceived Behavioral Control* memiliki pengaruh positif langsung terhadap niat kewirausahaan, mendukung H5, yang menyatakan bahwa *PBC* memiliki pengaruh positif langsung terhadap *EI* (Nurul Hidayana Mohd Noor & Eqmal Naqib Malek, 2021).

Berdasarkan temuan tersebut, maka hipotesis yang didapat sebagai berikut:

H5: Perceieved Behavioral Control akan secara langsung memiliki pengaruh positif secara statistik terhadap Entrepreneurial Intention.

2.4 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Publikasi	Judul Penelitian	Manfaat Penelitian
1	Agolla et al.	<i>International Journal of Research in Business and</i>	<i>Antecedents of entrepreneurial intentions amongst business students in a</i>	Peneliti menggunakan jurnal ini sebagai acuan model penelitian dan indikator untuk

		<i>Social Science</i> 2019	<i>tertiary institution</i>	pembuatan kuesioner.
2	Nosheena Yasir, Ruyu Xie, Junrui Zhang	<i>Sustainability</i> 2022	<i>The Impact of Personal Values and Attitude toward Sustainable Entrepreneurship on Entrepreneurial Intention to Enhance Sustainable Development: Empirical Evidence from Pakistan</i>	Penelitian ini sebagai pendukung adanya hubungan positif antara <i>personal attitude</i> terhadap <i>entrepreneurial intentions</i> .
3	Virginia Barba-Sánchez, María Mitre-Aranda, Jesús del Brío-González	<i>European Research on Management and Business Economics</i> 2022	<i>The entrepreneurial intention of university students: An environmental perspective</i>	Penelitian ini sebagai pendukung adanya hubungan positif antara <i>personal attitude</i> terhadap <i>entrepreneurial intentions</i> .
4	Vasiliki Vamvaka, Daniel Palacios-Marqués,	<i>Journal of Business Research</i> 2020	<i>A Machine Learning Approach for Predicting the Impact of</i>	Penelitian ini sebagai pendukung adanya hubungan positif antara <i>personal attitude</i>

	Konstantinos Rotsios		<i>Entrepreneurial Orientation on Firm Performance</i>	terhadap <i>entrepreneurial intentions</i> .
6	Yazeed Alhumud, Pilar Laguna-Sánchez, David Pérez-Cabañero	<i>Journal of Business Venturing</i> 2020	<i>Entrepreneurial Leadership and Firm Performance: Exploring the Role of Transformational Leadership in Technology-Oriented Firms</i>	Penelitian ini sebagai pendukung adanya hubungan positif antara <i>personal attitude</i> yang dimediasi oleh <i>subjective norms</i> terhadap <i>entrepreneurial intentions</i> .
7	Nosheena Yasir, Nasir Mahmood, Hafiz Shakir Mehmood, Osama Rashid, An Liren	<i>Sustainability</i> 2021	<i>The Integrated Role of Personal Values and Theory of Planned Behavior to Form a Sustainable Entrepreneurial Intention</i>	Penelitian ini sebagai pendukung adanya hubungan positif antara <i>personal attitude</i> yang dimediasi oleh <i>subjective norms</i> terhadap <i>entrepreneurial intentions</i> .
8	Carlos Bazan	<i>SAGE Open</i> 2022	<i>Effect of the University's Environment and Support System on Subjective Social Norms as</i>	Penelitian ini sebagai pendukung adanya hubungan positif antara <i>personal attitude</i> yang dimediasi oleh

			<i>Precursor of the Entrepreneurial Intention of Students</i>	<i>subjective norms terhadap entrepreneurial intentions.</i>
9	Selma Abedalrahim	<i>Problems and Perspectives in Management 2020</i>	<i>Academic entrepreneurship in Sudanese universities: explaining entrepreneurial intention using the Theory of Planned Behavior (TPB)</i>	Penelitian ini sebagai pendukung adanya hubungan positif antara <i>subjective norms terhadap entrepreneurial intentions.</i>
9	AI Vodă dan N Florea	<i>Sustainability 2019</i>	<i>Impact of personality traits and entrepreneurship education on entrepreneurial intentions of business and engineering students 2019</i>	Penelitian ini sebagai pendukung adanya hubungan positif antara <i>subjective norms terhadap entrepreneurial intentions.</i>
10	Iqtidar A. Shah, Sohail Amjed, Said Jaboob	<i>Economic Structures 2020</i>	<i>The moderating role of entrepreneurship education in shaping</i>	Penelitian ini sebagai pendukung adanya hubungan positif antara <i>subjective norms terhadap</i>

			<i>entrepreneurial intentions</i>	<i>entrepreneurial intentions.</i>
11	Messele Kumilachew Aga, Amanpreet Singh	<i>Journal of Business and Management 2022</i>	<i>The Role of Entrepreneurship Education on Student Entrepreneurial Intentions: Mediating Effect of Attitude, Subjective Norms, and Perceived Behavioral Control</i>	Penelitian ini sebagai pendukung adanya hubungan positif antara <i>perceived behavioral control</i> yang dimediasi oleh <i>subjective norms</i> terhadap <i>entrepreneurial intentions.</i>
12	Muhammad Salman Shabbir, Mohd Noor Mohd Shariff, Arfan Shahzad	<i>International Business and Management 2016</i>	<i>Mediating role of perceived behavioral control and stakeholders' support system on the relationship between entrepreneurial personal skills and entrepreneurial intentions of IT</i>	Penelitian ini sebagai pendukung adanya hubungan positif antara <i>perceived behavioral control</i> yang dimediasi oleh <i>subjective norms</i> terhadap <i>entrepreneurial intentions.</i>

			<i>employees in Pakistan</i>	
13	Andika Isma, Sudarmiati, Agus Hermawan	<i>International Journal of Business, Economics and Law 2020</i>	<i>The Effect of Entrepreneurial Self-Efficacy, Subjective Norm, and Locus of Control on Entrepreneurial Intention Through Entrepreneurial Attitude in Economic Faculty Students of Universitas Negeri Makassar</i>	Penelitian ini sebagai pendukung adanya hubungan positif antara <i>perceived behavioral control</i> yang dimediasi oleh <i>subjective norms</i> terhadap <i>entrepreneurial intentions</i> .
14	Su, Zhu, Chen, Jin, Wang, Lin, dan Xu	<i>Sustainability 2021</i>	<i>Factors Influencing Entrepreneurial Intention of University Students in China: Integrating the Perceived University Support and Theory of</i>	Penelitian ini sebagai pendukung adanya hubungan positif antara <i>perceived behavioral control</i> terhadap <i>entrepreneurial intentions</i> .

			<i>Planned Behavior</i>	
15	Urszula Kobylińska	<i>WSEAS Transactions on Business and Economics, 2022</i>	<i>Attitudes, subjective norms, and perceived control versus contextual factors influencing the entrepreneurial intentions of students from Poland</i>	Penelitian ini sebagai pendukung adanya hubungan positif antara <i>perceived behavioral control</i> terhadap <i>entrepreneurial intentions</i> .
16	Nurul Hidayana Mohd Noor, Eqmal Naqib Malek	Jurnal Intelek, 2021	<i>An Application of Theory of Planned Behavior in Determining Student Entrepreneurship Intention</i>	Penelitian ini sebagai pendukung adanya hubungan positif antara <i>perceived behavioral control</i> terhadap <i>entrepreneurial intentions</i> .

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA