

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Tinjauan Teori

Pada penelitian ini menggunakan 4 variabel yang terdiri dari: *Personal Attitude*, *Educational Support*, *Social Media*, dan *Entrepreneurial Intention*. Tinjauan teori pada penelitian ini didasarkan oleh empat variabel diatas ini. Dibawah ini merupakan penjelasan terkait dengan variabel-variabel diatas:

2.1.1 *Entrepreneurship*

Entrepreneurship merupakan suatu proses yang merintis dan mengelola usaha atau bisnis baru yang dilakukan oleh seorang individu yang mengidentifikasi peluang yang ada, melakukan alokasi sumber daya yang ada, serta berani mengambil resiko dari ketidakpastian (Ranjan, 2019). Di dalam pertumbuhan ekonomi di suatu negara, *entrepreneurship* menjadi isu penting karena memiliki potensi untuk dapat meningkatkan ekonomi dan standar hidup bagi seorang wirausaha, serta bagi perkembangan bisnis dan masyarakat disekitarnya (Devkota, et al., 2022). Selain itu, *entrepreneurship* dapat menjadi alternatif bagi negara-negara berkembang yang memiliki tingkat pengangguran yang tinggi (Yalcintas, et al., 2021).

Entrepreneurship memiliki pondasi atau aspek yang dapat mendorong aktivitas yang terdapat di dalam kegiatan wirausaha supaya dapat berkembang, serta menciptakan hasil yang positif dan berkelanjutan bagi usaha tersebut dalam jangka waktu yang panjang (Etemad, 2021). Beberapa aspek yang dapat mendorong *entrepreneurship*, yaitu: lingkungan sekitar yang mendukung, pelatihan terkait kewirausahaan, edukasi terkait kewirausahaan, relasi, inovasi, pemanfaatan teknologi, ekosistem yang mendukung kewirausahaan, pendanaan, akses untuk menjangkau pasar, dan pengambilan keputusan yang bisa saja beresiko bagi usaha (Shi, et al., 2022; Etemad, 2021; Kusumawardhany & Dwiarta, 2020).

Seorang wirausahawan atau *entrepreneur* merupakan individu yang kreatif dan inovatif dalam sektor usaha, tetapi modal agar dapat menjadi wirausahawan tidak cukup jika hanya memiliki kreativitas dan inovatif, seorang wirausahawan harus memiliki jiwa mengelola atau manajemen suatu hal dengan baik, sehingga wirausahawan perlu memahami hal-hal terkait dengan manajemen agar usaha yang dijalankan dapat bersaing dipasar (Daeng, 2019). Kreativitas, serta kecakapan dalam melakukan inovasi dapat ditanamkan sejak usia muda atau sejak dini. Dari hal tersebut, pentingnya usaha untuk menanamkan aspek-aspek dalam dunia kewirausahaan pada generasi muda. Sehingga, peran generasi muda di masa yang mendatang dapat mendukung aspek perekonomian di suatu wilayah dengan melakukan identifikasi peluang dan melakukan pengembangan ide-ide baru. Dengan adanya kegiatan kewirausahaan ini dapat membantu menurunkan angka pengangguran dan kemiskinan, serta dapat sekaligus meningkatkan aspek perekonomian di suatu wilayah (Ogamba, 2018).

2.1.2 *Personal Attitude*

Personal attitude pada diri seorang individu dibentuk dari beberapa faktor, yaitu: pengalaman individu, latar belakang budaya, nilai norma, dan pengaruh lingkungan sosial. *Personal attitude* merupakan sikap seseorang yang berhubungan dengan sudut pandang, perasaan, dan prinsip individu dalam hal-hal yang terjadi pada individu tersebut, sehingga dapat mempengaruhi individu dalam menanggapi suatu hal dan mengambil suatu keputusan (Ajzen, 2002).

Dalam konteks kewirausahaan, *personal attitude* merupakan sikap individu yang berhubungan dengan cara berpikir, prinsip, serta karakteristik individu dalam merintis dan menjalankan bisnis atau usaha. *Personal attitude* melibatkan tekad, niat, kepercayaan diri, ketangguhan, serta berani mengambil keputusan yang beresiko dalam menjalankan bisnisnya. Bagi seorang *entrepreneur*, *personal attitude* memiliki peran penting dalam

kecakapan mengidentifikasi peluang, *problem solving*, dan membuat suatu keputusan pada saat menjalankan usahanya (Rohman & Miswanto, 2020).

2.1.3 *Educational Support*

Educational support merupakan fasilitas untuk individu agar dapat mengembangkan jiwa dan kecakapan dalam aktivitas berwirausaha, termasuk memberikan peluang untuk belajar dan mengimplementasikan kewirausahaan dengan konteks nyata. *Educational support* memiliki peranan pusat dalam mempengaruhi generasi muda dalam meningkatkan dan mengembangkan kemampuan dengan adanya sistem pembelajaran yang kolaboratif, serta fokus terhadap relasi, inovasi, dan kreativitas (Mahendra, et al., 2017).

Zhang, et al., (2014) menyatakan bahwa tingginya minat berwirausaha dikalangan mahasiswa karena adanya dukungan kegiatan dan edukasi terkait dengan kewirausahaan. Universitas dapat menjadi tempat yang dapat mendukung dan mengembangkan pola pikir *entrepreneurship* untuk para mahasiswa, universitas perlu untuk terus meningkatkan kualitas dan memperluas teori pengajaran yang digunakan dalam edukasi kewirausahaan, sehingga dapat mendorong mahasiswa mendapatkan banyak pengalaman secara nyata (Jiatong, et al., 2021). Dorongan kegiatan kewirausahaan yang ada di universitas dapat membantu meningkatkan kepercayaan diri dari mahasiswa dalam mengatasi tantangan atau rintangan yang ada dalam berbisnis (Xevinkeng & Layman, 2022). Ada beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur efektivitas edukasi kewirausahaan terhadap mahasiswa, yaitu: memahami karakteristik kewirausahaan, memahami tahap-tahap untuk memulai usaha, memahami tingkatan manajemen praktis, kecakapan dalam membangun relasi, dan dapat mengidentifikasi peluang dalam berwirausaha (Iswahyudi & Iqbal, 2018). Selain universitas, pemerintah juga perlu mendukung kegiatan edukasi kewirausahaan bagi para generasi muda dan mahasiswa dengan merencanakan, mengatur, dan merealisasikan program yang dapat mendukung aktivitas berwirausaha (Jiatong, et al., 2021).

Ketika seseorang mendapatkan pengalaman, serta materi pengetahuan terkait dunia bisnis atau kewirausahaan, maka dapat meningkatkan percaya diri seorang individu. Terlebih lagi dengan menghadiri seminar dan mendengar cerita dari pengalaman narasumber yang pernah tidak berhasil dalam berusaha atau berbisnis, kemudian berhasil dan sukses dalam menjalankan usahanya dapat memotivasi serta mendorong semangat untuk mulai berbisnis bagi individu (Qamari, et al., 2022).

2.1.4 Social Media

Transformasi dalam era digitalisasi memberikan potensi peluang bagi para generasi muda (Huang & Zhang, dalam Shi, et al., 2022). *Social media* merupakan tempat atau sarana bagi para pelanggan atau konsumen dalam berbagi informasi dalam bentuk teks, video, gambar, serta audio dengan konsumen lainnya. *Social media* memiliki pengaruh dalam meningkatkan kinerja suatu usaha atau bisnis, media sosial dapat membantu dalam berinteraksi dengan konsumen dan melakukan pemasaran terkait produk atau jasa yang disediakan agar dapat membangun hubungan yang baik dengan para konsumennya (Kotler, et al. dalam Husein, 2022). *Social media* juga dapat didefinisikan sebagai kumpulan beberapa teknologi sosial yang dapat digunakan dengan bantuan media seluler dan internet, yang dapat membantu individu dalam berinteraksi dengan individu lain, mendapatkan informasi, serta sebagai sarana untuk hiburan (Klososky, dalam Lupa-Wójcik, 2020).

Social media membuka peluang baru dalam berbagai bentuk kehidupan dan keterlibatan sosial (Roberts dalam Iványi, 2023). Konten pada sosial media dapat mengoptimalkan, mewujudkan dan mengembangkan diri seorang individu. *Digital influencer* pada *social media* bisa berpengaruh pada budaya *online* anak muda (Iványi, 2023).

Alayis et al. (2018) mendapati jika penggunaan *social media* dapat memiliki pengaruh yang positif terhadap *entrepreneurial intention*, karena individu dapat meningkatkan pemahaman dan kemampuan individu tersebut terkait dengan aktivitas kewirausahaan. Hal ini juga didukung oleh pendapat

Husein (2022), menyatakan bahwa hubungan positif dan signifikan dari penggunaan *social media* terhadap *entrepreneurial intention*. Jika memaksimalkan penggunaan *social media*, maka dapat meningkatkan minat berwirausaha, dan sebaliknya. Namun pada penelitian yang dilakukan oleh Kusumawardhany & Dwiarta (2020), mendapati jika penggunaan *social media* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *entrepreneurial intention*, walaupun penggunaan *social media* dapat memberikan motivasi.

Popularitas penggunaan *social media* semakin meningkat, pada awal 2020 sekitar 3.8 miliar individu atau hampir setengah populasi dunia memiliki akun aktif pada media sosial. Pada saat awal kemunculan media sosial, media sosial difungsikan sebagai tempat berinteraksi para individu, seiring berjalannya waktu dan perkembangan teknologi yang dinamis, terdapat entitas organisasi atau kelompok yang memanfaatkan media sosial untuk mencapai tujuannya. Sehingga dengan banyaknya pengguna media sosial dapat membantu pertumbuhan ekonomi, karena adanya interaksi diantara para entitas ekonomi (Lupa-Wójcik, 2020). Para wirausahawan dapat menggunakan media sosial untuk keberlangsungan usaha yang dijalankan, dan dapat membantu wirausahawan untuk membuka bisnis atau usaha baru di sektor industri yang berbeda, karena terdapat peluang di sektor industri terkait (Vaghely & Julien; Nascimento & Da Silveira, dalam Abdelfattah, et al., 2022).

2.1.5 Entrepreneurial Intention

Intention atau niat merupakan keadaan pikiran yang memiliki fokus pada pengalaman dan perilaku individu pada suatu tujuan tertentu (Bird; Shapero & Sokol, dalam Razak, et al., 2018). *Entrepreneurial intention* mengacu pada suatu keinginan dan kecenderungan seorang individu guna menjadi seorang pengusaha yang independen, dapat mengidentifikasi peluang yang ada, terus belajar, serta dapat merencanakan persiapan untuk bisnis atau usahanya agar efektif. Hal-hal tersebut, ditunjukkan dengan adanya keinginan yang kuat dalam berwirausaha, melakukan pengembangan terhadap dirinya,

terbuka untuk peluang, serta melakukan pembentukan taktik atau strategi usaha yang terencana secara baik dan matang (Mujanah, et al., 2023). Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi *entrepreneurial intention*, diantaranya yaitu: *personal motivation and attitudes, marital status, Social relations & role models, economic and institutional elements, cultural environment, social conditions, educational environment, personality traits (self-efficacy, risk-taking, & need for achievement), family support, & entrepreneurship education* (Kusumawardhany & Dwiarta, 2020; Mujanah, et al., 2023).

Entrepreneurial intention merupakan suatu keinginan atau kemauan dalam diri individu dalam melakukan kegiatan kewirausahaan yang produktif dengan menerapkan prinsip-prinsip yang relevan dengan bisnis atau usaha yang dijalankan individu tersebut. *Entrepreneurial intention* dapat dipengaruhi oleh sikap atau perilaku antar individu, yang dapat dibentuk dan dikembangkan dengan adanya program-program yang dapat memberikan kesadaran, jika kewirausahaan merupakan salah satu pilihan karier (Krueger, et al.; Ajzen; Athayde; dalam Mahendra, et al., 2017). Merintis suatu usaha atau bisnis merupakan salah satu jalan alternatif dalam memilih karier, sehingga *entrepreneurial intention* dapat menjadi penentu utama dalam memulai kegiatan kewirausahaan (Davidson, dalam Rauch & Hulsink, 2015).

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

2.1.6 Theory of Planned Behaviour (TPB)

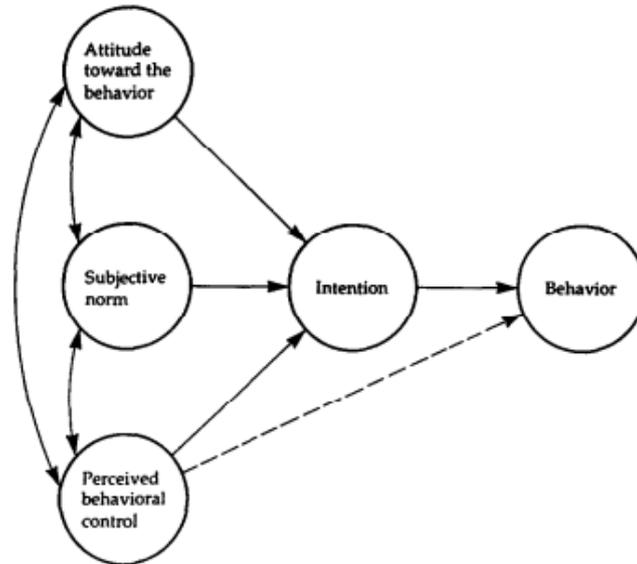


FIG. 1. Theory of planned behavior.

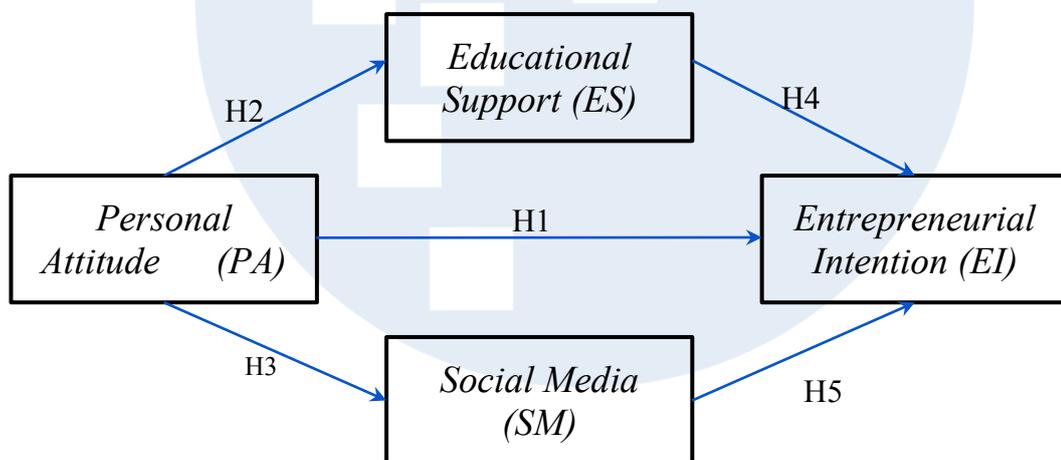
Gambar 2. 1 *Theory of Planned Behaviour*
Sumber: Azjen (1991)

Theory of Planned Behaviour merupakan suatu perilaku paling baik dari seorang individu yang dapat diprediksi dengan niatnya; niat dapat diprediksi dengan tiga jenis pertimbangan, yakni: *attitude toward the behaviour* yang merupakan keyakinan terkait dengan kecenderungan konsekuensi dari perilaku tersebut, *subjective norm* yang merupakan keyakinan terkait dengan ekspektasi normatif individu lain, dan *perceived behavioral control* yang merupakan keyakinan terkait dengan faktor – faktor yang bisa memaksimalkan maupun menghambat kinerja dari perilaku. Kombinasi dari hal-hal tersebut dapat mengarahkan ke pembentukan niat perilaku (Ajzen, 1988 & 2006).

Pada penelitian ini, *theory of planned behaviour* dipakai untuk memaparkan alasan mengapa suatu faktor dapat berpengaruh terhadap pembentukan *entrepreneurial intention*. Dengan begitu, terdapat kemungkinan jika *entrepreneurial intention* semakin berkembang dengan didasarkan oleh sikap dan perilaku dari individu tertentu (Saoula, Shamim, Ahmad, & Abid, 2023).

2.2 Model Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, penulis mengadopsi metode penelitian yang merujuk pada penelitian yang dilakukan Kusumawardhany & Dwiarta (2020) dalam artikel jurnal “*Entrepreneurial Intention Among Millennial Generation: Personal Attitude, Educational Support, and Social Media*”, maka model dalam penelitian ini adalah:



Gambar 2. 2 Model Penelitian
Sumber: Kusumawardhany & Dwiarta (2020)

Hipotesis yang akan diuji pada penelitian ini, berdasarkan pada metode penelitian pada gambar 2.1, yaitu:

1. H1: Pengaruh positif dari *Personal Attitude (PA)* terhadap *Entrepreneurial Intention (EI)*
2. H2: Pengaruh positif dari *Personal Attitude (PA)* terhadap *Educational Support (ES)*
3. H3: Pengaruh positif dari *Personal Attitude (PA)* terhadap penggunaan *Social Media (SM)*
4. H4: Pengaruh positif dari *Educational Support (ES)* terhadap *Entrepreneurial Intention (EI)*

5. H5: Pengaruh positif dari penggunaan *Social Media (SM)* terhadap *Entrepreneurial Intention (EI)*

2.3 Hipotesis

2.3.1 Pengaruh *Personal Attitude (PA)* terhadap *Entrepreneurial Intention (EI)*

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Rohman & Miswanto (2020), tidak disebutkan secara eksplisit antara hubungan *personal attitude* dengan *entrepreneurial intention*. Tetapi, *personal attitude* merupakan salah satu komponen dari faktor-faktor karakteristik yang dapat memiliki pengaruh terhadap *entrepreneurial intention*. *Personal attitude* mengacu pada pendapat dari seorang individu terhadap suatu hal pada kondisi tertentu, di dalam konteks kewirausahaan *personal attitude* dapat terdiri dari keyakinan, nilai-nilai, serta sudut pandang individu dalam memutuskan untuk memulai dan menjalankan usaha atau bisnis (Rohman dan Miswanto, 2020).

Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Rana et al, (2021), menunjukkan bahwa *personal attitude* memiliki pengaruh terhadap *entrepreneurial intention*, sehingga seorang individu yang memiliki ketertarikan terhadap dunia kewirausahaan, cenderung memiliki niat yang lebih besar untuk menjadi seorang *entrepreneur* atau pengusaha.

Selain itu di dalam jurnal utama, pada penelitian yang dilakukan oleh Kusumawardhany & Dwiarta (2020), ditemukan adanya pengaruh positif *personal attitude* terhadap *entrepreneurial intention* pada generasi milenial. Penelitian ini memaparkan bahwa seorang individu yang memiliki sikap positif pada dunia kewirausahaan, termasuk pada saat melihat hal tersebut sebagai salah satu peluang karir yang meyakinkan dapat membawa keuntungan yang lebih besar, individu tersebut memiliki tekad yang lebih besar menjadi seorang pengusaha.

Sehingga, didasari oleh penelitian terdahulu, maka penulis menggunakan hipotesis didalam penelitian ini adalah:

H1: Pengaruh positif dari *Personal Attitude (PA)* terhadap *Entrepreneurial Intention (EI)*.

2.3.2 Pengaruh *Personal Attitude (PA)* terhadap *Educational Support (ES)*

Berdasarkan penelitian terdahulu, ditemukan bahwa *personal attitude* memiliki pengaruh positif terhadap *educational support*. Dukungan edukasi kewirausahaan yang mengacu pada kurikulum, serta kelompok pengajar yang dianggap relevan, kompeten, serta memadai, maka kecenderungan sikap individu mahasiswa terhadap niat berwirausaha lebih tinggi (Iwu, et al., 2021). Selain itu sikap individu yang positif terhadap edukasi kewirausahaan, dengan didukung edukasi dari keluarganya yang memiliki usaha dapat memberikan individu lebih banyak dorongan dan motivasi dalam meningkatkan minat usaha pada individu tersebut, daripada individu yang tidak memiliki latar belakang keluarga pengusaha (Jena, 2020).

Hasil penelitian pada jurnal utama, ditemukan bahwa sikap pribadi memiliki peran yang penting dalam mendorong motivasi individu agar dapat lebih aktif dalam mencari dan mengambil manfaat dari adanya peluang dalam dukungan edukasi kewirausahaan yang telah disediakan oleh pihak lembaga pendidikan. Individu dapat memanfaatkan peluang serta sumber daya yang telah disediakan oleh pihak lembaga pendidikan untuk terus belajar serta mendapatkan banyak pengalaman. Hal ini menunjukkan bahwa sikap positif individu pada dukungan edukasi, memiliki pandangan bahwa dukungan edukasi merupakan suatu hal yang berharga dan dapat memberikan manfaat dalam meningkatkan pengetahuan dan kemampuan dalam dunia kewirausahaan (Kusumawardhany & Dwiarta, 2020). Sehingga,

didasari oleh penelitian terdahulu, maka penulis menggunakan hipotesis didalam penelitian ini adalah:

H2: Pengaruh positif dari *Personal Attitude (PA)* terhadap *Educational Support (ES)*.

2.3.3 Pengaruh *Personal Attitude (PA)* terhadap penggunaan *Social Media (SM)*

Social media merupakan wadah digital yang menarik banyak perhatian dari generasi muda. Daya tarik media sosial berpengaruh terhadap sikap pribadi yang dapat mendorong untuk mengikuti kondisi atau peristiwa yang menarik bagi seorang individu, pada penelitian psikologi hal tersebut digambarkan sebagai "*mirror neurons*" (Rizolatti, et al. dalam Çınar, 2023). *Mirror neurons* adalah alasan media sosial sangat menarik bagi para generasi muda, *mirror neurons* memiliki sistem kerja yang dapat mendorong seorang individu dalam melakukan tindakan seperti individu ataupun kelompok individu lain yang disukai dan dipedulikan oleh seorang individu tersebut (Baskaran, et al. dalam Çınar, 2023).

Penelitian yang dilakukan oleh Sumerta et al, (2020), memaparkan bahwa penggunaan media sosial dan motivasi dapat meningkatkan minat berwirausaha. Selain itu, Kusumawardhany & Dwiarta (2020), memaparkan bahwa seorang individu yang menggunakan media sosial sebagai alat yang dapat membantu belajar dan mendapatkan berbagai informasi terkait dengan dunia kewirausahaan. *Personal attitude* memiliki peran penting dalam memotivasi individu agar dapat memanfaatkan media sosial sebagai wadah untuk mendapatkan dan menemukan peluang, pengetahuan, serta memperluas relasi. Sehingga, didasari oleh penelitian terdahulu, maka penulis menggunakan hipotesis didalam penelitian ini adalah:

H3: Pengaruh positif dari *Personal Attitude (PA)* terhadap penggunaan *Social Media (SM)*.

2.3.4 Pengaruh positif antara Educational Support (ES) terhadap Entrepreneurial Intention (EI)

Educational support bukan hanya sekedar memberikan materi dan pelatihan terhadap individu yang mengikuti program terkait kewirausahaan, tetapi juga melibatkan individu tersebut dalam kerja sama dengan mitra yang berpotensi. Kurikulum pengajaran bisa dirancang agar dapat mendorong motivasi dari setiap individu dan memberikannya kesempatan untuk merintis dan merencanakan strategi bisnis, melakukan manajemen keuangan, menciptakan dan melakukan inovasi, membangun relasi dalam berbisnis, dan kegiatan lainnya yang dapat bermanfaat bagi individu tersebut. Sehingga, *educational support* dapat memicu timbulnya motivasi, serta sikap intrinsik pada individu tersebut (Mahendra, et al., 2017). Dan pada penelitian yang dilakukan oleh Mahendra et al, (2017), memaparkan hasil penelitian bahwa *educational support* tidak signifikan memiliki pengaruh terhadap *entrepreneurial intention*. Tetapi, *educational support* dapat berpengaruh secara signifikan terhadap *entrepreneurial intention* dengan adanya mediasi dari motivasi dan sikap intrinsik.

Penelitian yang dilakukan oleh Tan et al, (2021), mengumpulkan beberapa penelitian yang dilakukan di beberapa universitas di Malaysia, hasilnya 5 dari 13 penelitian tersebut menunjukkan hasil bahwa *educational support* tidak memiliki pengaruh terhadap *entrepreneurial intention*. Sehingga, walaupun sudah ada banyak program terkait kewirausahaan yang dilakukan oleh pihak universitas dan pemerintah menunjukkan jika *educational support* tidak memiliki pengaruh atau dampak yang besar pada *entrepreneurial intention* mahasiswa sarjana. Tetapi berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Kusumawardhany & Dwiarta (2020), memaparkan bahwa *educational support* memiliki pengaruh yang positif terhadap *entrepreneurial*

intention. Sehingga, didasari oleh penelitian terdahulu, maka penulis menggunakan hipotesis didalam penelitian ini adalah:

H4: Pengaruh positif dari *Educational support (ES)* terhadap penggunaan *Entrepreneurial Intention (EI)*.

2.3.5 Pengaruh positif antara penggunaan Social Media (SM) terhadap Entrepreneurial Intention (EI)

Social media diakui sebagai tempat atau platform yang berpengaruh, bermanfaat, serta dapat menghemat beban pengeluaran bagi para *entrepreneur* yang baru mulai menjalankan usahanya (Alayis, et al., 2020). Penelitian yang dilakukan oleh Alayis et al, (2020), menemukan jika penggunaan *social media* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *entrepreneurial intention*, tetapi *social media* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap cara pandang seorang individu dalam menghadapi persaingan yang kompetitif di media sosial, sehingga dapat mempengaruhi individu tersebut untuk memulai usaha atau bisnis. Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Kusumawardhany & Dwiarta (2020), juga memaparkan bahwa *social media* tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap *entrepreneurial intention*. Kedua penelitian ini memiliki hasil yang konsisten.

Tetapi, Shi et al, (2022) memaparkan hasil penelitiannya, jika *social media* memberikan pengaruh terhadap *entrepreneurial intention*. Shi et al, (2022) berpendapat bahwa *social media* memungkinkan seorang individu dapat memiliki akses yang adil untuk mendapatkan berbagai macam sumber daya, penggunaan teknologi *social media* memiliki potensi untuk meningkatkan keberhasilan kegiatan kewirausahaan. Sehingga, didasari oleh penelitian terdahulu, maka penulis menggunakan hipotesis didalam penelitian ini adalah:

H5: Pengaruh positif dari penggunaan *Social Media (SM)* terhadap *Entrepreneurial Intention (EI)*.

2.4 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian terdahulu

No.	Nama Peneliti	Publikasi	Judul Penelitian	Celah Penelitian
1.	Prita Ayu Kusumawardhany and I.M.B. Dwiarta (2020)	Atlantis Press	<i>Entrepreneurial Intention Among Millennial Generation: Personal Attitude, Educational Support, and Social Media</i>	Jurnal ini merupakan jurnal utama yang menjadi acuan dalam melakukan penelitian ini. Ditemukan bahwa <i>social media</i> tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap <i>entrepreneurial intention</i> .
2.	Isnanda Zainur Rohman & Miswanto (2020)	Jurnal Manajemen Bisnis	<i>The Influence of Personality Factors on Entrepreneurial Intention</i>	Pada penelitian ini menggunakan variabel <i>Personal Attitude</i> untuk melihat pengaruh terhadap <i>Entrepreneurial Intention</i> .
3.	Khurram S Rana, Ghulam Abid, Muhammad Nawaz, & Muhammad Ahmad (2021)	<i>International Journal of Entrepreneurship</i>	<i>The Influence of Social Norms and Entrepreneurship Knowledge on Entrepreneurship Intention: The Mediating Role of Personal Attitude</i>	Pada penelitian ini menggunakan variabel <i>Personal Attitude</i> untuk melihat pengaruh terhadap <i>Entrepreneurial Intention</i> .

4.	Chux Gervase Iwu, Promise Abdullah Opute, Rylyne Nchu, Chuks Eresia-Eke, Robertson Khan Tengeh, Olumide Jaiyeoba, & Olayemi Abdullateef Aliyu (2021)	<i>The International Journal of Management Education</i>	<i>Entrepreneurship education, curriculum and lecturer-competency as antecedents of student entrepreneurial intention</i>	Pada penelitian ini, hanya meneliti korelasi antara <i>Personal Attitude</i> dengan <i>Educational Support</i> dan <i>Educational Support</i> dengan <i>Entrepreneurial Intention</i> .
5.	R.K. Jena (2020)	<i>Computers in Human Behavior</i>	<i>Measuring the impact of business management Student's attitude towards entrepreneurship education on entrepreneurial intention: A case study</i>	Pada penelitian ini, hanya meneliti korelasi antara <i>Personal Attitude</i> dengan <i>Educational Support</i> dan <i>Educational Support</i> dengan <i>Entrepreneurial Intention</i> .
6.	Selin Çınar (2023)	<i>Brazilian Journal of Science</i>	<i>Why social media use is so attractive among young people in the 21st century?</i>	Menggunakan metode penelitian <i>descriptive cross sectional</i> , metode utama dalam pengumpulan data adalah wawancara, dengan sampel sebanyak 50 orang yang berusia dari

				12 sampai 22 tahun, lalu dibagi menjadi 4 kelompok berdasarkan usia (12 sampai 15 tahun, 16 sampai 18 tahun, 19 sampai 20 tahun, dan 20 sampai 22 tahun). Dan Melakukan 4 <i>FGD (Focus Group Discussion)</i> dengan 8 orang terpilih.
7.	I Komang Sumerta, Ni Komang Redianingsih, I Made Baji Pranawa, & Desak Nyoman Tri Indahyani (2020)	E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana	PENGARUH TINGKAT PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DAN MOTIVASI TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI MANAJEMAN PERGURUAN TINGGI DI KOTA DENPASAR	Pada penelitian ini meneliti korelasi antara <i>Personal Attitude</i> dengan <i>Entrepreneurial Intention</i> , penggunaan <i>social media</i> dengan <i>Entrepreneurial Intention</i> , serta <i>Personal Attitude</i> dengan penggunaan <i>Socia Medial</i> .
8.	Angga Martha Mahendra, Ery Tri Djatmika & Agus	<i>International Education Studies</i>	<i>The Effect of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial</i>	Pada penelitian ini meneliti korelasi antara <i>Personal Attitude</i> dengan

	Hermawan (2017)		<i>Intention Mediated by Motivation and Attitude among Management Students, State University of Malang, Indonesia</i>	<i>Entrepreneurial Intention dan Educational Support dengan Entrepreneurial Intention.</i>
9.	Karen Esther Tan, Sylvia @ Nabila Azwa Ambad, Sakka Nordin, Jasmine Vivienne Andrew, & Nur Syahidah Wong Abdullah (2021)	Jurnal Intelek	<i>The Role of Education Support in Enhancement of Entrepreneurial Intentions Amongst Undergraduates in Malaysia</i>	Penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan 13 penelitian terdahulu yang pernah dilakukan pada beberapa Universitas di Malaysia, yang meneliti korelasi antara <i>educational support</i> dengan <i>entrepreneurial intention</i> mahasiswa sarjana. 5 dari 13 penelitian yang dilakukan pada tahun 2015 – 2019, menunjukkan bahwa <i>educational support</i> tidak memiliki pengaruh terhadap <i>entrepreneurial intention</i> .

10.	Mahmoud M Hussein Alayis, Nadia A Abdelmegeed Abdelwahed, and Nermine Atteya (2018)	<i>International Journal of Entrepreneurship</i>	<i>IMPACT OF SOCIAL NETWORKING SITES' USE ON ENTREPRENEURIAL INTENTION AMONG UNDERGRADUATE BUSINESS STUDENTS: THE CASE OF SAUDI ARABIA</i>	Pada penelitian ini hanya meneliti korelasi antara penggunaan <i>social media</i> dengan <i>Entrepreneurial Intention</i> . Dan ditemukan bahwa <i>social media</i> tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap <i>entrepreneurial intention</i> .
11.	Jihui Shi, Danquah Solomon Kwadwo Nyedu, Lin Huang, and Boateng Sheena Lovia (2022)	<i>Research Gate</i>	<i>Graduates' Entrepreneurial Intention in a Developing Country: The Influence of Social Media and E-commerce Adoption (SMEA) and its Antecedents</i>	Pada penelitian ini hanya meneliti korelasi antara penggunaan <i>social media</i> dengan <i>Entrepreneurial Intention</i> .

Sumber: Hasil olah Penulis (2023)