

ARE MILENIALS AND GENERATION Z STILL INTERESTED IN ENTERPRISES POST COVID?

Axel Leonardo Valentino, Chrisanty V. Layman*

Faculty of Economics and Business, Universitas Pelita Harapan, Tangerang, Indonesia

e-mail: chrisanty.layman@uph.edu
(Corresponding Author indicated by an asterisk *)

ABSTRACT

Entrepreneurial intention is a bridge to start entrepreneurial activity. Increasing entrepreneurial activity in society will help improve the economy, standard of living and welfare of the community. The millennial and z generations, which are the generations with the largest population in Indonesia, play an important role in this regard. The purpose of this research is to find out what factors can influence entrepreneurial intentions in the millennial and z generations in Indonesia. The results of this research data sample are 277 respondents who are individuals belonging to the millennial generation and z generation. The sample respondent data that was successfully collected was then tested using the SmartPLS 4 application to find out the results of the validity, reliability and hypothesis testing results. The results of testing the hypothesis in this study indicate that family support has a positive effect on subjective norms, perceived behavioral control, and dominance. Then the relationship between perceived behavioral control and entrepreneurial intentions through mediating attitudes towards entrepreneurship and the relationship between family support and entrepreneurial intentions through mediation of perceived behavioral control and attitudes towards entrepreneurship proves to be positive. Meanwhile, subjective norms and dominance do not have a positive effect on entrepreneurial intentions through the same mechanism.

Keywords: *Family Support; Subjective Norms; Perceived Behavioral Control; Dominance; Attitudes Towards Entrepreneurship; Entrepreneurial Intentions*

ABSTRAK

Intensi kewirausahaan merupakan jembatan untuk dimulainya aktivitas kewirausahaan. Dengan meningkatnya aktivitas kewirausahaan di masyarakat akan membantu meningkatkan perekonomian, taraf hidup dan kesejahteraan masyarakat. Generasi milenial dan generasi Z yang merupakan generasi dengan jumlah populasi paling banyak di Indonesia memainkan peranan penting dalam hal ini. Tujuan dari penelitian untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi intensi kewirausahaan pada generasi milenial dan generasi Z di Indonesia. Hasil sampel data penelitian ini yaitu 277 responden yang merupakan individu yang tergolong ke dalam generasi milenial dan generasi Z. Sampel data responden yang berhasil dikumpulkan kemudian dilakukan pengujian dengan menggunakan aplikasi SmartPLS 4 untuk mengetahui hasil uji validitas, reliabilitas, dan hasil uji hipotesis. Hasil pengujian hipotesis pada penelitian ini menunjukkan bahwa dukungan keluarga berpengaruh positif terhadap norma subjektif, *perceived behavioural control*, dan *dominance*. Kemudian hubungan antara *perceived behavioural control* dan intensi kewirausahaan melalui mediasi sikap terhadap kewirausahaan serta hubungan antara dukungan keluarga dan intensi kewirausahaan melalui mediasi *perceived behavioural control* dan sikap terhadap kewirausahaan terbukti positif. Sedangkan norma subjektif serta *dominance* tidak berpengaruh secara positif terhadap intensi kewirausahaan melalui mekanisme yang sama.

Kata Kunci: Dukungan Keluarga; Norma Subjektif; *Perceived Behavioural Control*; *Dominance*; Sikap Terhadap Kewirausahaan; Intensi Kewirausahaan

PENDAHULUAN

Kewirausahaan di Indonesia masih sangatlah rendah jika dibandingkan dengan negara-negara tetangga di Kawasan Asia Tenggara lainnya. Menurut Menteri Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Indonesia, Drs. Teten Masduki, total persentase wirausahawan yang ada di Indonesia tahun 2021 hanya berada di angka 3,47% yang masih lebih rendah dari negara

tetangga seperti Thailand dengan 4,26%, Malaysia dengan 4,74% dan Singapura dengan presentase kewirausahaan tertinggi di Asia Tenggara yang berada di angka 8,76% (Sulaeman, 2021).

Mendorong generasi milenial dan generasi Z merupakan salah satu cara untuk meningkatkan angka wirausahawan yang ada di Indonesia. Alasan utama hal ini perlu dilakukan adalah karena menurut data sensus penduduk yang dikumpulkan oleh Badan Pusat Statistik dan Kementerian Dalam Negeri Indonesia pada tahun 2020 menyatakan bahwa jumlah presentase generasi milenial dan generasi Z mendominasi total persentase penduduk di Indonesia. Berdasarkan data tersebut generasi Z merupakan individu dengan tahun kelahiran antara tahun 1996–2012 yang memiliki persentase terbesar dengan 27,94% atau sama dengan 74,93 juta jiwa dan disusul oleh generasi milenial yang merupakan individu kelahiran tahun 1981–1995 dengan 24,87% atau sama dengan 69,38 juta jiwa (Badan Pusat Statistik, 2021).

Sebagian besar dari kedua generasi ini berada di usia produktif, yang bisa dimanfaatkan untuk menjadi kesempatan untuk akselerasi pertumbuhan ekonomi (Anggarini, 2022). Namun sangat disayangkan tingkat kewirausahaan generasi muda di Indonesia yang tergolong ke dalam generasi milenial dan generasi Z masih sangatlah rendah. Terbukti dari data yang dilansir oleh Badan Pusat Statistik pada tahun 2021 hanya 18 dari 100 pemuda Indonesia yang berstatus sebagai wirausahawan.

Pemerintah melalui Kementerian Koordinator Bidang Pembangunan Manusia dan Kebudayaan Republik Indonesia menyampaikan bawasannya untuk membangun kewirausahaan generasi muda Indonesia memerlukan kerja sama dan sinergi yang kuat antara pemerintah pusat, industri, pemerintah daerah, akademisi, hingga masyarakat umum agar dapat berkolaborasi meningkatkan kewirausahaan pada generasi muda di Indonesia (Novrizaldi, 2020). Untuk itu penelitian ini dilakukan dengan mengambil judul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Intensi Kewirausahaan Pada Generasi Milenial dan Generasi Z Di Indonesia” dengan tujuan untuk menganalisa faktor-faktor yang sekiranya dapat memengaruhi intensi kewirausahaan pada generasi milenial dan generasi Z di Indonesia.

Dukungan keluarga dipandang memiliki pengaruh yang penting di dalam kesuksesan sebuah bisnis, khususnya di negara berkembang di mana aktivitas kewirausahaan dibentuk secara informal (Williams et al., 2017). Dukungan keluarga secara emosional dapat diberikan dengan cara memberikan persetujuan dan saran untuk menjalankan sebuah bisnis. Sedangkan dukungan keluarga secara instrumental dapat diberikan dalam bentuk memberikan modal awal untuk sebuah bisnis.

Menurut Palmer et al., (2021) *dominance* adalah salah satu faktor yang harus berkontribusi dan harus dipertimbangkan ketika ingin meneliti intensi kewirausahaan. *Dominance* sendiri adalah tendensi untuk berperilaku tegas, kuat, dan percaya diri atau dengan kata lain ingin memiliki pengaruh terhadap orang lain (Palmer et al., 2021). Selain itu, intensi kewirausahaan merupakan kesadaran yang tumbuh di dalam diri seseorang untuk menciptakan sebuah bisnis yang baru (Remeikiene et al., 2013). Maka dari itu, penelitian ini yang bertujuan menganalisa faktor-faktor penentu yang memengaruhi intensi kewirausahaan pada generasi milenial dan generasi Z akan menggunakan beberapa variabel pendukung seperti, dukungan keluarga, norma subjektif, *perceived behavioral control*, *dominance* dan sikap terhadap kewirausahaan.

TINJAUAN LITERATUR

Dukungan Keluarga

Keluarga dapat memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepercayaan, harapan dan pengambilan keputusan untuk karir masa depan pada seorang anak dan keluarga juga menjadi faktor yang penting di dalam menginspirasi dan mendukung satu sama lain dalam lingkungan

keluarga (Boz & Ergeneli, 2014). Begitu juga dengan kewirausahaan, keluarga memainkan peranan yang besar dalam membangun intensi kewirausahaan di dalam diri seseorang (Djazilan & Darmawan, 2022). Menurut Powell dan Eddleston (2013), keluarga merupakan sebuah institusi penting dalam hidup seseorang yang diandalkan untuk membuat keputusan awal membangun suatu usaha dan meraih kesuksesan sebagai seorang wirausahawan. Hal ini membuat dukungan relasional dari keluarga yang merupakan persetujuan dan dorongan dari sesama anggota keluarga yang dapat mengarahkan seseorang menuju suatu tujuan sangatlah penting dalam proses kewirausahaan seseorang (Ben Youssef et al., 2021). Osorio et al. (2017) juga menambahkan dukungan ekonomi sebagai salah satu bentuk dukungan keluarga selain dari dukungan emosional jangka panjang dan dukungan intelektual. Dukungan ekonomi dari keluarga merupakan sebuah dukungan dalam bentuk kemungkinan pemberian bantuan pendanaan yang diberikan oleh keluarga untuk membangun suatu usaha, termasuk usaha dengan resiko tinggi yang disebabkan karena rendahnya tingkat keahlian kewirausahaan seseorang (Au et al., 2016).

Norma Subjektif

Norma subjektif merupakan tekanan atau dorongan untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku tertentu yang di dalamnya terdapat pengaruh dari keluarga, teman, dan orang-orang yang menjadi panutan di lingkungan sekitar (Krithika & Venkatachalam, 2014). Selanjutnya, Krithika dan Venkatachalam (2014) juga menyatakan bawasannya jika keluarga memberikan dukungan kepada seseorang untuk berkarir di bidang kewirausahaan dan juga orang tersebut memang memiliki perilaku kewirausahaan di dalam dirinya maka intensi orang tersebut untuk menjadi seorang wirausahawan akan semakin besar. Tekanan untuk menjadi seorang wirausahawan yang diberikan lingkungan terlebih khusus keluarga merupakan titik awal atau permulaan dari perjalanan karir kewirausahaan seseorang (Yousaf et al., 2015). Yousaf et al. juga menemukan keterkaitan antara orang-orang yang memiliki ketertarikan terhadap bisnis keluarga sedari kecil, mempunyai keinginan yang besar untuk memulai usahanya sendiri. Komponen kedua yakni motivasi untuk menjalankan keyakinan normatif, merupakan kesediaan dari seorang individu untuk menjalankan dan menyesuaikan diri dengan keyakinan normatif yang ada di lingkungan sekitar. Sehingga hal ini membuat tekanan yang ada di lingkungan sosial dapat menjadi pemicu atau penghambat dari intensi kewirausahaan seseorang tergantung kepada lingkungan sosial itu sendiri dan orang-orang di dalamnya.

Perceived Behavioral Control

Perceived behavioral control merupakan salah satu faktor yang dapat memberikan pengaruh dan memprediksi intensi di dalam diri seseorang untuk melakukan suatu hal dan dapat dipahami sebagai persepsi dari seorang individu mengenai mudah atau tidaknya melakukan suatu perilaku yang ia minati (Ajzen, 1991). Menurut Ajzen (1991) konsep dari *perceived behavioral control* sangatlah sesuai dengan konsep *self-efficacy* di mana kedua konsep ini berkaitan mengenai penilaian seberapa baik seseorang dapat mengeksekusi sebuah tindakan untuk menghadapi situasi yang mungkin bisa terjadi di masa depan. *Perceived behavioral control* dinilai sebagai gagasan paling kontroversial di dalam "*Theory of Planned Behavior*" karena seringkali ditemukan perbedaan empiris terhadap pengaruhnya terhadap intensi seseorang dan juga banyaknya perbedaan pendapat mengenai definisi konseptual dan definisi operasional dari gagasan ini (Yap et al., 2013).

Dominance

Dominance merupakan suatu sifat yang sangat penting untuk dimiliki oleh setiap wirausahawan, khususnya bagi wirausahawan yang baru merintis sebuah bisnis baru, karena

dominance dapat menjadi sebuah perilaku yang obsesif sehingga seorang wirausahawan dapat memperhatikan hal-hal kecil yang kadang terlewatkan di dalam bisnisnya (Miller, 2015). *Dominance* merupakan sebuah terminologi yang digunakan oleh para psikolog untuk menggambarkan kepribadian seseorang yang cenderung tegas, memaksa, serta percaya akan kemampuannya atau dengan kata lain ingin mempunyai pengaruh terhadap orang lain (Anderson & Kilduff, 2009). Kemampuan untuk memimpin serta mengarahkan orang lain dan proses agar sesuai dengan keinginannya merupakan bagian dari kompetensi wirausahawan yang memiliki kepribadian dominan, hal ini dapat berguna agar wirausahawan lebih mudah untuk mengarahkan proses kewirausahaan yang ia jalani sesuai dengan keinginannya (Palmer et al., 2021). Keinginan untuk memiliki kekuasaan atas orang lain dan kewenangan untuk mengambil tindakan serta keputusan merupakan faktor yang sangat krusial pada bidang kewirausahaan (Baldegger et al., 2017).

Sikap Terhadap Kewirausahaan

Sikap adalah sebuah kebiasaan seorang individu ketika bereaksi terhadap situasi tertentu dan kebiasaan ini bisa mengarah ke hal yang positif, negatif, atau netral dan juga pasif serta lebih umum (Jena, 2020). Sikap terhadap suatu perilaku pertama kali diperkenalkan oleh Ajzen (1991) di dalam tulisannya yang berjudul "*The Theory of Planned Behavior*", di mana ia mengatakan bahwa sikap terhadap sebuah perilaku merupakan evaluasi atau penilaian sejauh mana sebuah perilaku menguntungkan atau tidak menguntungkan bagi seorang individu. Sikap terhadap kewirausahaan mengacu kepada penilaian positif maupun negatif dari sebuah perilaku kewirausahaan (Palmer et al., 2021). Santy et al. (2017) menjelaskan bawasannya sikap dapat memberikan pengaruh terhadap intensi kewirausahaan seseorang dan bisa dilihat dari tingkat toleransi risiko seseorang, yaitu apakah seseorang cenderung lebih suka mengambil risiko atau lebih condong menghindarinya. Sikap terhadap kewirausahaan dapat dipengaruhi oleh beberapa hal (Shirokova et al., 2016). Menurut Ammal dan Mathi (2014), Sikap terhadap kewirausahaan dapat dipengaruhi oleh beberapa hal di antaranya keluarga, inovasi, efisiensi diri, latar belakang bisnis, kemandirian, dan pengambilan risiko.

Intensi Kewirausahaan

Khuong dan An (2016) mendefinisikan intensi kewirausahaan sebagai keadaan di mana tumbuhnya kesadaran di dalam diri seseorang untuk memulai suatu bisnis yang baru ataupun menciptakan nilai yang baru pada bisnis yang sudah ada. Menurut pendapat dari Kusmintarti et al. (2014), intensi kewirausahaan merupakan tindakan yang dilakukan seseorang sebagai bentuk dari representasi kognitif agar ia dapat membangun suatu bisnis. Intensi kewirausahaan dapat diartikan sebagai proses mengubah ide bisnis menjadi produk atau jasa yang dapat dipasarkan (Halizah, 2022). Intensi kewirausahaan merupakan dorongan dan kepercayaan diri untuk memulai suatu bisnis dan mencapai kesuksesan pada masa yang akan datang (Fayolle & Liñán, 2014). Intensi kewirausahaan merupakan aspek yang paling penting pada fase awal, pertumbuhan, dan pengembangan kewirausahaan karena intensi kewirausahaan dapat mendorong munculnya kemandirian dan inisiatif (Muhammad et al., 2015).

Rumusan Hipotesis

Menurut Krithika dan Venkatachalam (2014), keluarga dengan latar belakang kewirausahaan memiliki kecenderungan untuk memberikan dukungan kepada anggota keluarga yang lain berkarir pada bidang yang sama, di mana dukungan ini dapat direpresentasikan dalam bentuk dorongan yang akan membentuk norma subjektif seseorang untuk melakukan sesuatu yang dalam hal ini adalah menjadi seorang wirausahawan. Krithika dan Venkatachalam (2014) juga menemukan pada penelitian bawasannya persepsi dari anggota keluarga merupakan hal

yang paling krusial dan menentukan ketika mereka ingin melakukan sesuatu. Hal ini juga didukung oleh penelitian Lindquist et al. (2014) yang menyatakan bawasannya kemungkinan seorang anak menjadi wirausahawan akan meningkat sebesar 60% ketika memiliki orang tua dengan latar belakang seorang wirausahawan.

H1: Dukungan keluarga berpengaruh positif terhadap norma subjektif pada generasi milenial dan generasi Z.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Palmer et al. (2021) menunjukkan bahwasanya keluarga memberikan pengaruh positif terhadap *perceived behavioral control*. Salah satu alasannya adalah karena keluarga yang memberikan dukungan, mengarahkan, dan memang memiliki latar belakang kewirausahaan akan membuat anak yang lahir dari keluarga tersebut menjadi terbiasa dan berpotensi menguasai seluruh kemampuan yang dibutuhkan untuk menjadi seorang wirausahawan dan memimpin sebuah perusahaan. Pernyataan ini juga disetujui oleh Stuetzer et al. (2013) yang menyatakan bawasannya pengetahuan yang didapatkan dari dukungan keluarga akan mempengaruhi *perceived behavioral control* seorang individu dalam kegiatan kewirausahaan. Selain itu, pandangan di dalam diri seseorang mengenai bisa atau tidaknya ia melakukan suatu hal dipengaruhi oleh referensi dari anggota keluarga yang bisa berupa orang yang menjadi panutan, dukungan dan arahan (Kim et al., 2013).

H2: Dukungan keluarga berpengaruh positif terhadap *perceived behavioral control* pada generasi milenial dan generasi Z.

Menurut Hoffman et al. (2011) yang dikutip dari Palmer et al. (2019) menyatakan bawasannya *dominance* merupakan salah satu karakteristik paling relevan yang dimiliki oleh seorang pemimpin yang sukses. Selain itu menurut Hetherington (1967) yang ada di dalam Palmer et al. (2021) menyatakan bahwa sifat *dominance* yang dimiliki oleh orang tua berpotensi besar untuk diturunkan kepada anaknya. Hal ini karena di dalam sebuah keluarga, orang tua dilihat sebagai panutan bagi anak-anaknya dan ketika seorang anak melihat orang tuanya bersifat *dominance*, maka ia mendapatkan afirmasi dan dukungan secara tidak langsung untuk melakukan hal yang sama. Palmer et al. (2021) juga menambahkan bawasannya memiliki orang tua dengan tingkat ketegasan yang tinggi akan mempengaruhi munculnya sifat *dominance* di dalam diri seorang anak

H3: Dukungan keluarga berpengaruh positif terhadap *dominance* pada generasi milenial dan generasi Z.

Menurut Huda et al. (2012), norma subjektif dan sikap terhadap suatu perilaku memiliki satu kesamaan yang sama, di mana kedua hal ini sama-sama dipengaruhi oleh kepercayaan atau keyakinan. Namun kedua hal ini tetap memiliki perbedaan, di mana sikap terhadap suatu perilaku merupakan implementasi dari keyakinan seseorang terhadap suatu perilaku, sedangkan norma subjektif merupakan implementasi dari keyakinan yang terbentuk karena adanya pengaruh dari orang lain di lingkungan sekitar (Fishbein & Ajzen, 1975). Melalui penelitian yang dilakukan oleh Wan et al. (2017), ditemukan bawasannya norma subjektif berpengaruh positif terhadap sikap terhadap suatu perilaku. Menurut Tatarko & Schmidt (2016), latar belakang kewirausahaan keluarga juga memberikan pengaruh yang positif terhadap norma subjektif. Hal yang sama juga berlaku untuk norma subjektif, di mana Arisandi et al. (2016) menemukan bawasannya intensi kewirausahaan sangat dipengaruhi oleh norma subjektif.

H4: Norma subjektif berpengaruh positif terhadap intensi kewirausahaan melalui mediasi sikap terhadap kewirausahaan.

Menurut Rauch dan Hulsink (2015), terdapat satu kesamaan antara *perceived behavioral control* dan sikap terhadap kewirausahaan, di mana keduanya sama-sama dipengaruhi oleh

pendidikan kewirausahaan. Hal ini dapat terjadi karena pendidikan kewirausahaan dapat meningkatkan kepercayaan terhadap kewirausahaan di dalam diri seseorang melalui pembelajaran kewirausahaan yang dapat memberikan pengalaman terkait kegiatan yang berhubungan dengan aktivitas kewirausahaan. Rauch dan Hulsink (2015) juga menyatakan dan menemukan bahwasanya sikap terhadap kewirausahaan telah terbukti dapat menjadi *mediator* antara hubungan *perceived behavioral control* dan intensi kewirausahaan, di mana melalui penelitiannya Rauch dan Hulsink (2015) juga menemukan hubungan yang positif di antara tiga variabel ini khususnya pada generasi muda. Selanjutnya Solesvik (2013) juga menjelaskan bahwasanya motivasi kewirausahaan merupakan salah satu faktor pendukung yang dapat memberikan pengaruh terhadap intensi kewirausahaan melalui mediasi sikap terhadap kewirausahaan dan *perceived behavioral control*.

H5: *Perceived behavioral control* berpengaruh positif terhadap intensi kewirausahaan melalui mediasi sikap terhadap kewirausahaan.

Menurut Kruger (2020) yang ada di dalam Palmer et al. (2021), sikap terhadap kewirausahaan dipengaruhi oleh beberapa hal dan salah satunya adalah sifat yang ada di dalam diri seseorang. Salah satu sifat yang memberikan pengaruh langsung terhadap sebuah perilaku adalah *dominance* (Jonason & Lavertu, 2017). Selain itu *dominance* dan sikap terhadap kewirausahaan memiliki satu kesamaan yang sama di mana keduanya dipengaruhi oleh latar belakang kewirausahaan keluarga (Palmer et al., 2021). Memiliki orang tua dengan latar belakang kewirausahaan yang meharuskan mereka untuk memiliki tingkat *dominance* yang tinggi dinilai dapat membantu terbentuknya *dominance* di dalam diri seorang anak (Palmer et al., 2021). Sikap terhadap kewirausahaan merupakan salah satu faktor yang memengaruhi intensi kewirausahaan (Remeikiene et al., 2013). *Dominance* merupakan salah satu kepribadian yang sifatnya intrinsik bagi seorang wirausahawan (Miller, 2015). Berdasarkan penelitian-penelitian tersebut maka peneliti berhipotesis sebagai berikut:

H6: *Dominance* berpengaruh positif terhadap intensi kewirausahaan melalui mediasi sikap terhadap kewirausahaan.

Menurut Elfving et al. (2017) yang ada di dalam Baluku et al. (2020), menyatakan bawasanya dukungan keluarga merupakan salah satu faktor yang dapat memberikan dorongan berupa motivasi yang sangat penting bagi implemenetasi dari intensi kewirausahaan. Menurut Ajzen (1991), dukungan keluarga dan persepsi keluarga terhadap suatu tindakan akan sangat memengaruhi intensi seseorang untuk melakukan tindakan tersebut yang akan berdampak pada sikap seseorang terhadap suatu perilaku. Selain itu di dalam tulisannya yang berjudul "*The Theory of Planned Behavior*", Ajzen (1991) menjelaskan bawasanya norma subjektif merupakan pandangan seseorang mengenai suatu perilaku yang sangat dipengaruhi oleh persepsi orang lain mengenai perilaku terkait dan salah satunya adalah keluarga. Sikap terhadap kewirausahaan merupakan faktor yang memiliki signifikansi yang besar dalam kaitannya dengan intensi kewirausahaan (Yurtkoru et al., 2014). Yousaf et al. (2015) menemukan bawasanya norma subjektif merupakan salah satu prediktor yang berpengaruh positif terhadap intensi kewirausahaan. Berdasarkan penelitian-penelitian tersebut, maka peneliti berhipotesis sebagai berikut:

H7: Dukungan keluarga berpengaruh positif terhadap intensi kewirausahaan melalui mediasi norma subjektif dan sikap terhadap kewirausahaan.

Dukungan keluarga dinilai sebagai salah satu faktor yang dapat memengaruhi seseorang untuk memiliki intensi menjadi seorang wirausahawan (Osorio et al., 2017). Dukungan atau dorongan keluarga telah terbukti memberikan pengaruh terhadap *perceived behavioral control* di dalam diri seseorang (Bin-Nashwan et al., 2021). Melalui penelitian yang dilakukan oleh

Bagger & Li (2014), ia menemukan bawasanya dukungan keluarga berpengaruh cukup signifikan terhadap beberapa perilaku yang ada pada penelitian terkait. Menurut Schlaegel dan Koenig (2014) yang ada di dalam Vamvaka et al. (2020), *perceived behavioral control* telah terbukti secara teoritis dan empiris berpengaruh secara positif terhadap intensi kewirausahaan. Sikap terhadap kewirausahaan juga telah terbukti menjadi faktor pendukung di dalam terbentuknya intensi kewirausahaan (Yurtkoru et al., 2014).

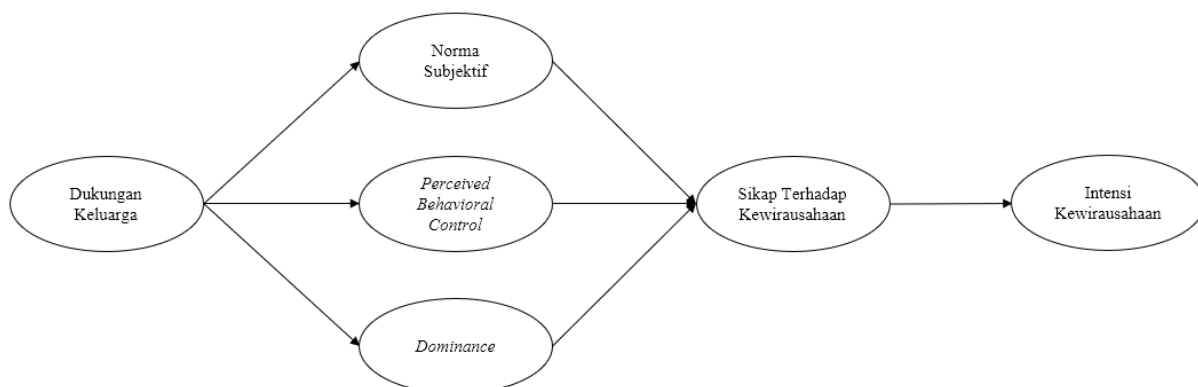
H8: Dukungan keluarga berpengaruh positif terhadap intensi kewirausahaan melalui mediasi *perceived behavioral control* dan sikap terhadap kewirausahaan.

Dukungan Keluarga telah terbukti berpengaruh terhadap kesuksesan wirausaha khususnya di negara berkembang (Williams et al., 2017). Menurut Baluku et al. (2020), salah satu bentuk dukungan keluarga adalah sumber pendanaan yang digunakan sebagai modal untuk memulai usaha. Selanjutnya menurut Hetherington and Frankie (1967) yang ada di dalam Palmer et al. (2021), perilaku *dominance* dari orang tua memberikan pengaruh terhadap terbentuknya karakteristik *dominance* di dalam diri seorang anak. Sikap terhadap kewirausahaan telah banyak terbukti dipengaruhi oleh dukungan keluarga salah satunya melalui penelitian yang dilakukan oleh Kristová dan Malach (2017). *Dominance* sudah lama dinilai sebagai karakteristik yang bersifat intrinsik bagi kewirausahaan (Miller, 2015). Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Baldegger et al. (2017), di mana ia menyatakan bawasanya intensi untuk memiliki kemampuan untuk mengambil keputusan dan memiliki kekuatan atas orang lain sangat penting bagi kegiatan kewirausahaan.

H9: Dukungan keluarga berpengaruh positif terhadap intensi kewirausahaan melalui mediasi *dominance* dan sikap terhadap kewirausahaan.

Model Penelitian

Berdasarkan hubungan hipotesis yang telah dijelaskan sebelumnya, berikut adalah model penelitian yang direplikasi dari penelitian sebelumnya (Palmer et al., 2021).



Gambar 1. Model Penelitian

Sumber: Palmer et al. (2021)

METODE PENELITIAN

Penelitian ini memiliki 27 indikator, sehingga jika dikalikan dengan 5 peneliti akan mendapatkan batas bawah total target untuk penelitian ini dan jika dikalikan dengan 10 peneliti akan mendapatkan total target responden maksimal jika mengacu pada teori ini. *Sampling* pada penelitian ini peneliti memutuskan untuk menggunakan *non-probability sampling*, dengan alasan utama ialah karena peneliti telah memperhitungkan *sampling* yang ingin ditarik pada

penelitian ini. Sampel yang ingin ditarik merupakan individu yang tergolong ke dalam generasi milenial dan generasi Z dengan jumlah responden yang sudah diperkirakan seperti yang telah disebutkan sebelumnya. Data dikumpulkan menggunakan instrumen kuesioner *online*. Pertanyaan-pertanyaan yang ada pada penelitian ini disampaikan kepada responden melalui *platform* Google Form. Selain itu, jawaban dari seluruh responden akan diolah, dianalisis, dan disimpulkan oleh peneliti untuk menjadi kesimpulan dari penelitian ini. Data analisis dilakukan dengan melakukan uji validitas dan realibilitas dengan regresi data dengan software SMARTPLS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis

Dari seluruh 277 responden, 158 di antaranya merupakan responden perempuan dan 119 sisanya merupakan responden laki-laki. Adapun 191 responden berusia antara 20–23 tahun, 35 responden berusia antara 16–19 tahun, 17 responden berusia antara 24–27 tahun, 13 responden berusia antara 28–31 tahun, 9 responden berusia 32–35 tahun, 9 responden berusia antara 40–41 tahun, dan 3 responden berusia 36–39 tahun. Profil 137 responden berlatar belakang pendidikan akhir SMA, 132 responden berlatar belakang pendidikan akhir S1, 4 responden memiliki latar belakang pendidikan akhir S2, dan yang terakhir 3 responden memiliki latar belakang pendidikan akhir SMP. Bisa dilihat bahwa latar belakang pendidikan yang mendominasi responden penelitian adalah SMA dan S1.

Pengujian ini terdapat dua unsur utama yaitu *Outer Loading* dan *Average Variance Extracted (AVE)*. Selain itu suatu data baru dapat dinyatakan valid jika memiliki nilai *Outer Loading* di atas 0,70 dan *AVE* di atas 0,50. Tabel 1 menunjukkan bahwa 27 indikator yang digunakan pada penelitian ini memiliki nilai *outer loading* di atas 0,70. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa seluruh indikator pada penelitian uji aktual ini valid. Pengujian ini terdapat dua unsur utama yaitu *Outer Loading* dan *Average Variance Extracted (AVE)*. Selain itu suatu data baru dapat dinyatakan valid jika memiliki nilai *Outer Loading* di atas 0,70 dan *AVE* di atas 0,50. Tabel 1 menunjukkan bahwa 27 indikator yang digunakan pada penelitian ini memiliki nilai *outer loading* di atas 0,70. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa seluruh indikator pada penelitian uji aktual ini valid.

Tabel 1. Validitas Konvergen Outer Loading - Uji Aktual

	DK	NS	PBC	D	STK	IK
DK1	0,73					
DK2	0,71					
DK3	0,749					
DK4	0,773					
DK5	0,769					
NS1		0,758				
NS2		0,769				
NS3		0,772				
NS4		0,739				
PBC1			0,874			
PBC2			0,926			
PBC3			0,943			
PBC4			0,916			

D1				0,747		
D2				0,793		
D3				0,802		
D4				0,809		
D5				0,817		
D6				0,705		
STK1					0,888	
STK 2					0,892	
STK 3					0,791	
IK1						0,835
IK2						0,824
IK3						0,814
IK4						0,832
IK5						0,798

Tabel 2 menunjukkan bahwa seluruh variabel yang terdapat pada penelitian ini memiliki nilai AVE di atas 0,50 yang menunjukkan bahwa seluruh variabel yang digunakan pada penelitian ini dinyatakan valid.

Tabel 2. Hasil Pengujian Average Variance Extracted (AVE)

Variabel	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	Evaluasi
Dukungan Keluarga (DK)	0,558	Valid
Norma Subjektif (NS)	0,577	Valid
<i>Perceived Behavior Control</i>	0,837	Valid
<i>Dominance</i>	0,608	Valid
Sikap terhadap Kewirausahaan	0, 737	Valid
Intensi Kewirausahaan	0,674	Valid

Seperti yang telah dijelaskan pada bagian awal pengujian penelitian, cara utama di dalam melakukan pengujian validitas diskriminan adalah dengan cara melihat nilai Cross Loading dari setiap indikator. Agar dapat dinyatakan valid setiap indikator harus memiliki nilai Cross Loading di atas 0,70. Dari pengujian seluruh indikator yang digunakan pada penelitian ini memiliki nilai Cross Loading di atas 0,70. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator yang digunakan untuk menjelaskan variabel pada penelitian ini adalah valid. Sama seperti sebelumnya pada pengujian awal, terdapat dua unsur utama di dalam pengujian aktual yakni Cronbach's Alpha dan Composite Reliability. Di mana keduanya dapat dinyatakan sesuai dengan standar reliabilitas jika memiliki nilai di atas 0,70. Tabel 3 memperlihatkan bahwa semua variabel yang terdapat pada penelitian ini bersifat reliabel.

Tabel 3. Reliabilitas Cronbach's Alpha & Composite Reliability

Variabel	Cronbach's Reliability	Composite Reliability	Evaluasi Model
Dukungan Keluarga	0,871	0,903	Valid
Norma Subjektif	0,803	0,863	Valid
<i>Perceived Behavioral Control</i>	0,880	0,912	Valid
<i>Dominance</i>	0,759	0,845	Valid
Sikap Terhadap Kewirausahaan	0,935	0,954	Valid
Intensi Kewirausahaan	0,825	0,893	Valid

Pengujian ini adalah pengujian yang dilakukan dengan tujuan utama untuk mengukur signifikansi yang terkandung di dalam hipotesis penelitian. Dalam penelitian ini seluruh hipotesis yang digunakan merupakan hipotesis satu arah yang beberapa hipotesis nya memengaruhi satu sama lain melalui hubungan mediasi. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan tingkat kepercayaan sebesar 95% yang berarti signifikansi pada penelitian ini adalah 0,05. Oleh sebab itu pengujian hipotesis pada penelitian ini memiliki rule of thumb T-statistic lebih besar dari 1,65 dan P – value lebih kecil dari 0,10. Berikut merupakan tabel 4 yang berisikan hasil pengujian dari seluruh hipotesis yang ada pada penelitian ini.

Tabel 4. Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Standardized Path Coefficient	T-Statistic	Pvalues	Analisis Hipotesis
H1: Dukungan Keluarga berpengaruh positif terhadap Norma Subjektif	0.640	16.943	0.000	Didukung
H2: Dukungan keluarga berpengaruh positif terhadap <i>Perceived Behavioural Control</i>	0.849	50.313	0.000	Didukung
H3: Dukungan keluarga berpengaruh positif terhadap <i>Dominance</i>	0.193	3.980	0.000	Didukung
H4: Norma Subjektif berpengaruh positif terhadap Intensi Kewirausahaan melalui mediasi Sikap Terhadap Kewirausahaan	0.036	1.036	0.150	Tidak Didukung
H5: <i>Perceived Behavioural Control</i> berpengaruh positif terhadap Intensi Kewirausahaan melalui mediasi Sikap Terhadap Kewirausahaan	0.131	3.448	0.000	Didukung
H6: <i>Dominance</i> berpengaruh positif terhadap Intensi Kewirausahaan melalui mediasi Sikap Terhadap Kewirausahaan	0.015	0.485	0.314	Tidak Didukung
H7: Dukungan Keluarga berpengaruh positif terhadap Intensi Kewirausahaan melalui mediasi Norma Subjektif dan Sikap Terhadap Kewirausahaan	0.023	1.021	0.154	Tidak Didukung

H8: Dukungan Keluarga berpengaruh positif terhadap Intensi Kewirausahaan melalui mediasi Perceived Behavioural Control dan Sikap Terhadap Kewirausahaan	0.111	3.384	0.000	Didukung
H9: Dukungan Keluarga berpengaruh positif terhadap Intensi Kewirausahaan melalui mediasi Dominance dan Sikap Terhadap Kewirausahaan	0.003	0.458	0.324	Tidak Didukung

Pembahasan

Hipotesis pertama pada penelitian ini membahas mengenai “Dukungan Keluarga berpengaruh positif terhadap Norma Subjektif”. Setelah dilakukan pengolahan data hipotesis ini terbukti dan berhasil didukung karena memenuhi tingkat signifikansi yang telah ditentukan sebelumnya. Hal ini sesuai dengan apa yang ditemukan oleh Palmer et al. (2021), di mana ia menemukan bahwa latar belakang keluarga yang berorientasi kewirausahaan terbukti berpengaruh positif terhadap norma subjektif seseorang khususnya pada bidang kewirausahaan. Hal ini juga sejalan dengan apa yang ditemukan oleh Krithika dan Venkatachalam (2014), di mana ia menemukan bawasanya persepsi dan dukungan serta arahan dari keluarga sangatlah berpengaruh terhadap norma subjektif yang tertanam di dalam diri seseorang. Ajzen (1991) sebagai pencetus dari teori ini juga menyatakan bahwa keluarga adalah salah satu faktor yang dapat menanamkan norma subjektif di dalam diri seorang individu. Keluarga juga merupakan salah satu faktor sosial yang memengaruhi cara pandang seseorang mengenai baik buruknya suatu hal (Godbersen et al., 2020).

Hipotesis kedua pada penelitian ini adalah “Dukungan Keluarga berpengaruh positif terhadap norma *Perceived Behavioural Control*”. Di mana setelah dilakukan pengolahan data ditemukan bahwa hipotesis ini memenuhi syarat signifikansi dan terbukti positif hubungannya. Penemuan ini sesuai dengan apa yang ditemukan oleh Palmer et al. (2021), di mana ia menemukan terdapat level signifikansi yang signifikan antara keluarga dengan orientasi kewirausahaan dan juga *perceived behavioural control*. Pandangan mengenai bisa atau tidaknya seseorang untuk melakukan suatu perilaku memang sudah dibuktikan signifikansinya dengan dukungan keluarga sekitar (Kim et al., 2013). Tumbuh dan berkembang di dalam keluarga yang memandang suatu perilaku adalah sebuah kemungkinan untuk dijalani terbukti memengaruhi pandangan di dalam diri seseorang terkait perilaku tersebut (Powell & Eddleston, 2013).

Hipotesis ketiga menyatakan bahwa “Dukungan Keluarga berpengaruh positif terhadap *Dominance*”, setelah dilakukan pengolahan data ditemukan bahwa hipotesis ini mencapai kriteria untuk dapat didukung. Penemuan ini berhasil memvalidasi apa yang ditemukan oleh Palmer et al. (2021), di mana pada penelitiannya ditemukan tingkat signifikansi yang cukup tinggi terhadap hubungan positif antar latar belakang kewirausahaan keluarga dengan *dominance*. Hal ini dapat terjadi karena keluarga dengan latar belakang kewirausahaan dengan tingkat ketegasan yang tinggi cenderung melahirkan individu-individu dengan tingkat *dominance* yang tinggi. Pada penelitian sebelumnya Palmer et al. (2019) juga menemukan hal yang sama di mana keluarga menjadi faktor utama terbentuknya perilaku *dominance*.

Hipotesis keempat menyatakan bahwa “Norma Subjektif berpengaruh positif terhadap Intensi Kewirausahaan melalui mediasi Sikap Terhadap Kewirausahaan”. Setelah melalui metode pengolahan data ditemukan bahwa hipotesis ini tidak memiliki tingkat signifikansi yang dibutuhkan agar dapat dinyatakan sesuai. Penemuan ini sama dengan penemuan yang ditemukan oleh Robeldo et al. (2015) yang ada di dalam Ridha et al. (2017) yang menemukan bahwa norma subjektif tidak memiliki pengaruh terhadap sikap terhadap kewirausahaan maupun intensi kewirausahaan. Namun hal ini bertolak belakang dengan apa yang ditemukan oleh

Palmer et al. (2021), di mana ia menemukan bahwa hubungan mediasi dari ketiga variabel ini adalah signifikan. Hal ini dapat terjadi karena salah satu alasannya adalah perbedaan lokasi penelitian, di mana Palmer et al. (2021) melakukan penelitian di dua negara Eropa yang sudah dikategorikan maju dan memiliki orientasi kewirausahaan yang tinggi. Selain itu perbedaan jumlah responden yang sangat signifikan diyakini juga memainkan peranan penting di dalam munculnya perbedaan hasil penelitian ini.

Hipotesis kelima pada penelitian ini adalah “*Perceived Behavioural Control* berpengaruh positif terhadap Intensi Kewirausahaan melalui mediasi Sikap Terhadap Kewirausahaan”. Setelah peneliti melakukan proses pengolahan data ditemukan bahwa hipotesis ini memiliki tingkat signifikansi yang sesuai dengan ketentuan yang telah ditentukan sebelumnya. Penemuan ini juga sejalan dengan apa yang ditemukan oleh Palmer et al. (2021), di mana ia menemukan bahwa *perceived behavioural control*, sikap terhadap kewirausahaan, dan intensi kewirausahaan terbukti memiliki signifikansi yang tinggi sehingga dapat didukung. Menurut Ridha et al. (2017), *perceived behavioural control* merupakan faktor pendukung terhadap sikap terhadap kewirausahaan yang pada akhirnya berdampak pada intensi seseorang untuk menjadi wirausahawan. Pandangan bawahannya menjadi seorang wirausahawan adalah pilihan yang tepat dapat berdampak pada perilaku kewirausahaan seseorang (Solesvik, 2013).

Hipotesis keenam adalah “*Dominance* berpengaruh positif terhadap Intensi Kewirausahaan melalui mediasi Sikap Terhadap Kewirausahaan”. Setelah melakukan pengolahan data ditemukan bahwa, hipotesis ini tidak cukup signifikan. Ada beberapa faktor yang ditenggarai menjadi penyebab hipotesis ini bisa menjadi tidak signifikan jika dibandingkan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Palmer et al. (2021). Faktor pertama adalah perbedaan jumlah responden yang sangat signifikan. Faktor selanjutnya adalah adanya perbedaan kultur dan budaya yang terdapat pada responden di masing-masing penelitian. Di mana penelitian yang dilakukan oleh Palmer et al. (2021) menargetkan responden dengan latar belakang budaya barat, sedangkan penelitian ini menargetkan responden dengan warga negara Indonesia yang mayoritas mengadopsi budaya timur. Hal ini karena secara umum orang-orang yang mengadopsi budaya barat akan cenderung lebih ramah dan memiliki kecenderungan untuk menjauhi hal-hal yang sekiranya dapat merusak keharmonisan (Mirawati & Karimah, 2018). Tentunya hal ini sangat bertolak belakang dengan pengertian dari *dominance* yang ingin mengambil kendali dan memiliki kekuatan akan suatu hal (Palmer et al., 2021).

Hipotesis ketujuh merupakan “Dukungan Keluarga berpengaruh positif terhadap Intensi Kewirausahaan melalui mediasi Norma Subjektif dan Sikap Terhadap Kewirausahaan”. Setelah dilakukan pengolahan data ditemukan bahwa hipotesis ini tidak dapat mencapai minimum tingkat signifikansi yang telah ditentukan sebelumnya. Penemuan ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Palmer et al. (2021). Salah satu faktor yang dapat memengaruhi hal ini adalah jumlah responden yang sangat jauh berbeda. Selain itu pada penelitian terdahulu variabel yang digunakan adalah latar belakang kewirausahaan keluarga yang dipercaya sangat membantu hipotesis tersebut dapat mencapai level signifikansi yang telah ditentukan sebelumnya. Karena dengan penggunaan variabel tersebut maka responden yang ditargetkan sudah tersaring yaitu hanya individu yang memiliki setidaknya salah satu orang tua yang bergerak di bidang kewirausahaan. Lingkungan tempat seseorang tumbuh sangatlah berpengaruh terhadap norma subjektif yang tertanam dalam diri orang tersebut (Baluku et al., 2020).

Hipotesis kedelapan adalah “Dukungan Keluarga berpengaruh positif terhadap Intensi Kewirausahaan melalui mediasi *Perceived Behavioural Control* dan Sikap Terhadap Kewirausahaan”. Setelah peneliti melakukan pengolahan data ditemukan bahwa hipotesis ini memiliki tingkat signifikansi yang sesuai dengan acuan yang digunakan. Hal ini sesuai dengan apa yang ditemukan oleh Palmer et al. (2021), di mana pada penelitiannya terdapat tiga dari empat variabel yang sama dengan penelitian ini di antaranya *perceived behavioural control*,

sikap terhadap kewirausahaan, dan intensi kewirausahaan, yang membedakan hanya penggunaan variabel latar belakang kewirausahaan keluarga yang digantikan dengan dukungan keluarga. Dukungan keluarga telah terbukti memberikan pengaruh terhadap *perceived behavioural control* (Bin-Nashwan et al., 2021; Palmer et al., 2021). Sikap terhadap kewirausahaan dan *perceived behavioural control* juga telah dibuktikan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap intensi kewirausahaan (Yurtkoru et al., 2014).

Hipotesis yang terakhir adalah “Dukungan Keluarga berpengaruh positif terhadap Intensi Kewirausahaan melalui mediasi *Dominance* dan Sikap Terhadap Kewirausahaan”. Setelah dilakukan pengolahan data, hipotesis ini terbukti tidak mampu mencapai tingkat signifikansi minimum yang telah ditentukan sehingga hipotesis ini tidak dapat didukung. Salah satu faktor yang menyebabkan hasil pengolahan data dari hipotesis ini berbeda dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Palmer et al. (2021) adalah juga karena perbedaan penggunaan variabel latar belakang kewirausahaan keluarga yang digantikan oleh dukungan keluarga. Selain itu jumlah responden dan latar belakang budaya responden juga signifikan terhadap hasil pengolahan data. Di mana responden pada penelitian ini tidak mencapai 10% dari penelitian yang dilakukan oleh Palmer et al. (2021), selain itu budaya responden dengan latar belakang budaya timur tidak sesuai dengan perilaku *dominance* (Mirawati & Karimah, 2018).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat dilihat bahwa persepsi seseorang terhadap sulit atau tidaknya untuk menjadi seorang wirausahawan sangat berpengaruh terhadap munculnya intensi kewirausahaan di dalam diri seseorang. Selain itu, keluarga yang memberikan dukungan terhadap perilaku kewirausahaan terhadap seseorang yang memiliki pandangan yang positif terhadap perilaku kewirausahaan akan berdampak pada timbulnya intensi kewirausahaan pada diri seseorang. Dan yang terakhir pihak-pihak yang dapat memanfaatkan penelitian ini dalam segi manajerial adalah masyarakat, institusi pemerintahan, lembaga pendidikan, dan individu perseorangan.

Penelitian selanjutnya dapat mengeksplorasi variabel *Locus Control* dan *Self-Efficacy* untuk dapat menunjang variabel *Perceived Behavioral Control*. Menambah jumlah data responden agak dapat mencakup lebih banyak individu serta mewakili populasi yang jumlahnya *sample* yang lebih besar khususnya di negara-negara berkembang seperti Indonesia.

REFERENSI

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Ammal, A., & Mathi, D. K. M. (2014). Attitudes of undergraduate students towards entrepreneurship as a career choice in Oman. *Journal Of International Academic Research For Multidisciplinary*, 2(6), 651–661. <http://www.jiarm.com/July2014/paper15942.pdf>
- Anderson, C., & Kilduff, G. J. (2009). Why do dominant personalities attain influence in face-to-face groups? The competence-signaling effects of trait dominance. *Journal of Personality and Social Psychology*, 96(2), 491–503. <https://doi.org/10.1037/a0014201>
- Anggarini, D. T. (2022). Generation Z And millennial perspectives to become entrepreneurs in the era of gig economy. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 16(1).

<https://journals.umkt.ac.id/index.php/JEM/article/view/3312>

- Arisandi, D., Pambudy, R., & Winandi, R. (2016). *Intensi berwirausaha mahasiswa pascasarjana Ipb pada bidang agribisnis (Studi kasus pada mahasiswa program magister Sps-Ipb)*. Library of IPB University. <http://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/78527>
- Au, K., Chiang, F. F. T., Birtch, T. A., & Kwan, H. K. (2016). Entrepreneurial financing in new business ventures: A help-seeking behavior perspective. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 12(1), 199–213. <https://doi.org/10.1007/s11365-014-0332-5>
- Badan Pusat Statistik. (2021). *Hasil sensus penduduk 2020*. <https://www.bps.go.id/pressrelease/2021/01/21/1854/hasil-sensus-penduduk-2020.html>
- Bagger, J., & Li, A. (2014). How does supervisory family support influence employees' attitudes and behaviors? A social exchange perspective. *Journal of Management*, 40(4), 1123–1150. <https://doi.org/10.1177/0149206311413922>
- Baldegger, U., Schroeder, S. H., & Furtner, M. R. (2017). The self-loving entrepreneur: Dual narcissism and entrepreneurial intention. *International Journal of Entrepreneurial Venturing*, 9(4), 373–391. <https://doi.org/10.1504/IJEV.2017.088639>
- Baluku, M. M., Kikooma, J. F., Otto, K., König, C. J., & Bajwa, N. ul H. (2020). Positive psychological attributes and entrepreneurial intention and action: The moderating role of perceived family support. *Frontiers in Psychology*, 11. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.546745>
- Ben Youssef, A., Boubaker, S., Dedaj, B., & Carabregu-Vokshi, M. (2021). Digitalization of the economy and entrepreneurship intention. *Technological Forecasting and Social Change*, 164. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120043>
- Bin-Nashwan, S. A., Abdul-Jabbar, H., Dziegielewski, S. F., & Aziz, S. A. (2021). Moderating effect of perceived behavioral control on Islamic tax (Zakah) Compliance behavior among businessmen in Yemen. *Journal of Social Service Research*, 47(2), 292–302. <https://doi.org/10.1080/01488376.2020.1767260>
- Boz, A., & Ergeneli, A. (2014). Women entrepreneurs' personality characteristics and parents' parenting style profile in turkey. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 109, 92–97. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.12.425>
- Djazilan, M. S., & Darmawan, D. (2022). Entrepreneurship education and family support: The determinants that appear entrepreneurship interest for students. *International Journal of Service Science, Management, Engineering, and Technology*, 1(2), 26–30. <https://ejournalisse.com/index.php/isse/article/view/28>
- Fayolle, A., & Liñán, F. (2014). The future of research on entrepreneurial intentions. *Journal of Business Research*, 67(5), 663–666. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.11.024>
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research*. Addison-Wesley.
- Godbersen, H., Fernández, S. R., & Hofmann, L. A. (2020). How people evaluate anti-corona measures for their social spheres: Attitude, subjective norm, and perceived behavioral control. *Frontiers in Psychology*, 11. <http://dx.doi.org/10.3389/fpsyg.2020.567405>

- Halizah, S. N. (2022). Development entrepreneurship intention as an effort to improve the level of the consumer household economy. *Bulletin of Science, Technology and Society*, 1(1), 30–34. <https://inti.ejournalmeta.com/index.php/inti/article/view/8>
- Huda, N., Rini, N., Mardoni, Y., & Putra, P. (2012). The analysis of attitudes, subjective norms, and behavioral control on Muzakki's intention to pay Zakah. *International Journal of Business and Social Science*, 3(22), 271–279. https://ijbssnet.com/journals/Vol_3_No_22_Special_Issue_November_2012/24.pdf
- Jena, R. K. (2020). Measuring the impact of business management student's attitude towards entrepreneurship education on entrepreneurial intention: A case study. *Computers in Human Behavior*, 107. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106275>
- Jonason, P. K., & Lavertu, A. N. (2017). The reproductive costs and benefits associated with the Dark Triad traits in women. *Personality and Individual Differences*, 110, 38–40. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2017.01.024>
- Khuong, M. N., & An, N. H. (2016). The factors affecting entrepreneurial intention of the students of Vietnam National University — A mediation analysis of perception toward entrepreneurship. *Journal of Economics, Business and Management*, 4(2), 104–111. <https://doi.org/10.7763/joebm.2016.v4.375>
- Kim, E., Ham, S., Yang, I. S., & Choi, J. G. (2013). The roles of attitude, subjective norm, and perceived behavioral control in the formation of consumers' behavioral intentions to read menu labels in the restaurant industry. *International Journal of Hospitality Management*, 35, 203–213. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2013.06.008>
- Kristová, K., & Malach, J. (2017). The impact of school education and family environment on pupils' entrepreneurial spirit and attitude to entrepreneurship. *New Educational Review*, 49(3), 101–114. <https://doi.org/10.15804/tner.2017.49.3.08>
- Krithika, J., & Venkatachalam, B. (2014). A study on impact of subjective norms on entrepreneurial intention among the business students in Bangalore. *IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM)*, 16(5), 48–50. <https://doi.org/10.9790/487X-16534850>
- Kusmintarti, A., Thoyib, A., Ashar, K., & Maskie, G. (2014). The relationships among entrepreneurial characteristics, entrepreneurial attitude, and entrepreneurial intention. *IOSR Journal of Business and Management*, 16(6), 25–32. <https://doi.org/10.9790/487X-16622532>
- Lindquist, M. J., Sol, J., & van Praag, M. (2014). Why do entrepreneurial parents have entrepreneurial children?. *Journal of Labor Economics*, 33(2). <https://doi.org/10.1086/678493>
- Miller, D. (2015). A downside to the entrepreneurial personality?. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 39(1), 1–8. <https://doi.org/10.1111/etap.12130>
- Mirawati, I., & Karimah, K. E. (2018). Chinese harmony communication theory: kompetensi komunikasi untuk keseimbangan hidup. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 3(1). <http://jurnal.unpad.ac.id/manajemen-komunikasi/article/view/20655>
- Muhammad, A. D., Aliyu, S., & Ahmed, S. (2015). Entrepreneurial intention among Nigerian university students. *American Journal of Business Education (AJBE)*, 8(4), 239–248.

<https://doi.org/10.19030/ajbe.v8i4.9419>

- Novrizaldi (2020, October 22). *Kewirausahaan pemuda untuk mewujudkan indonesia yang berdaya saing*. KEMENKO PMK. <https://www.kemenkopmk.go.id/kewirausahaan-pemuda-untuk-mewujudkan-indonesia-yang-berdaya-saing>
- Osorio, A. E., Settles, A., & Shen, T. (2017). The influence of support factors on entrepreneurial attitudes and intentions of college students. *Academy of Management Proceedings*, 2017(1), 10901. <https://doi.org/10.5465/AMBPP.2017.10901>
- Palmer, C., Fasbender, U., Kraus, S., Birkner, S., & Kailer, N. (2021). A chip off the old block? The role of dominance and parental entrepreneurship for entrepreneurial intention. *Review of Managerial Science*, 15(2), 287–307. <https://doi.org/10.1007/s11846-019-00342-7>
- Palmer, C., Niemand, T., Stöckmann, C., Kraus, S., & Kailer, N. (2019). The interplay of entrepreneurial orientation and psychological traits in explaining firm performance. *Journal of Business Research*, 94, 183–194. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.10.005>
- Powell, G. N., & Eddleston, K. A. (2013). Linking family-to-business enrichment and support to entrepreneurial success: Do female and male entrepreneurs experience different outcomes?. *Journal of Business Venturing*, 28(2), 261–280. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2012.02.007>
- Rauch, A., & Hulsink, W. (2015). Putting entrepreneurship education where the intention to act lies an investigation into the impact of entrepreneurship education on entrepreneurial behavior. *Academy of Management Learning and Education*, 14(2). <https://doi.org/10.5465/amle.2012.0293>
- Remeikiene, R., Dumciuviene, D., & Startiene, G. (2013). Explaining entrepreneurial intention of university students: The role of entrepreneurial education. *Proceedings of the Management, Knowledge and Learning International Conference 2013*. <https://ideas.repec.org/h/tkp/mk1p13/299-307.html>
- Ridha, R. N., Burhanuddin, B., & Wahyu, B. P. (2017). Entrepreneurship intention in agricultural sector of young generation in Indonesia. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 11(1), 76–89. <https://doi.org/10.1108/apjie-04-2017-022>
- Santy, N., Rahmawati, T., & Hamzah, A. (2017). Pengaruh efikasi diri, norma subjektif, sikap berperilaku, dan pendidikan kewirausahaan terhadap intensi berwirausaha. *Jurnal Inspirasi Bisnis & Manajemen*, 1(1), 67–74. <https://doi.org/10.33603/jibm.v1i1.481>
- Shirokova, G., Osiyevskyy, O., & Bogatyreva, K. (2016). Exploring the intention–behavior link in student entrepreneurship: Moderating effects of individual and environmental characteristics. *European Management Journal*, 34(4), 386–399. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2015.12.007>
- Solesvik, M. Z. (2013). Entrepreneurial motivations and intentions: Investigating the role of education major. *Education+Training*, 55(3), 253–271. <https://doi.org/10.1108/00400911311309314>
- Stuetzer, M., Obschonka, M., Davidsson, P., & Schmitt-Rodermund, E. (2013). Where do entrepreneurial skills come from?. *Applied Economics Letters*, 20(12), 1183–1186. <https://doi.org/10.1080/13504851.2013.797554>

- Sulaeman. (2021, May 3). *Menkop Teten: Wirausaha Indonesia kalah dibanding Thailand dan Malaysia*. Merdeka. <https://www.merdeka.com/uang/menkop-teten-wirausaha-indonesia-kalah-dibanding-thailand-dan-malaysia.html>
- Tatarko, A., & Schmidt, P. (2016). Individual social capital and the implementation of entrepreneurial intentions: The case of Russia. *Asian Journal of Social Psychology*, 19(1), 76–85. <https://doi.org/10.1111/ajsp.12113>
- Vamvaka, V., Stoforos, C., Palaskas, T., & Botsaris, C. (2020). Attitude toward entrepreneurship, perceived behavioral control, and entrepreneurial intention: Dimensionality, structural relationships, and gender differences. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 9(1). <https://doi.org/10.1186/s13731-020-0112-0>
- Wan, C., Shen, G. Q., & Choi, S. (2017). Experiential and instrumental attitudes: Interaction effect of attitude and subjective norm on recycling intention. *Journal of Environmental Psychology*, 50, 69–79. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2017.02.006>
- Williams, C. C., Martinez-Perez, A., & Kadir, A. M. (2017). Informal entrepreneurship in developing economies: The impacts of starting up unregistered on firm performance. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 41(5), 773–799. <https://doi.org/10.1111/etap.12238>
- Yap, S.-F., Othman, M. N., & Wee, Y.-G. (2013). The fallacy of one-dimensional theory of planned behaviour structure in predicting health behaviour. *International Journal of Behavioural and Healthcare Research*, 4(1), 26–44. <https://doi.org/10.1504/IJBHR.2013.054516>
- Yousaf, U., Shamim, A., Siddiqui, H., & Raina, M. (2015). Studying the influence of entrepreneurial attributes, subjective norms and perceived desirability on entrepreneurial intentions. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 7(1), 23–34. <https://doi.org/10.1108/JEEE-03-2014-0005>
- Yurtkoru, E. S., Kuşcu, Z. K., & Doğanay, A. (2014). Exploring the antecedents of entrepreneurial intention on Turkish University Students. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 150, 841–850. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.09.093>