

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MAHASISWA
UNTUK BERWIRAUSAHA DITINJAU DARI THEORY OF PLANNED BEHAVIOR
(Studi Kasus: Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Katolik Santo Thomas)**

Betniar Purba

e-mail: betniarpurba20@gmail.com

Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Santo Thomas

ABSTRACT

This study aims to analyze what are the dominant factors that influence student interest in entrepreneurship. The benefits of research, for university, are expected to be able to stimulate student interest in entrepreneurship through the entrepreneurship curriculum offered. For academics in the field of marketing and researchers who are interested in conducting studies in the same field, it is hoped that this research can be the basis for further research. Based on the results of the study, of the 22 factors that influence student interest in entrepreneurship, it turns out that the most dominant are: The first factor consists of: being disciplined, high commitment, Creative Innovative, Leadership, Have a confident attitude, Productive character, Dare to take action, Reliable expertise, Have experience, Courage to face risks, and Independence. Second factor consists of: Being interested in business opportunities and Foresight. The third factor consists of: Encouraging parent, Family support and Friends support. The fourth factor consists of: Support business partners, Friends support which is considered important and Cooperate with business partners. The fifth factor consists of: Realistic thinking and Perceived ease and careful planning. To enhance students' interest in entrepreneurship, it is recommended to integrate entrepreneurship courses into the curriculum, organize structured entrepreneurship programs or workshops, provide training and mentoring by successful business practitioners or alumni, foster collaboration with local business actors, develop softskills, organize extracurricular activities, offer financial support, establish business endeavors. Parent support and motivate their children to become entrepreneurs, because parents have a very strong rule in forming entrepreneurial interests.

Keywords: *Attitude Factors, Subjective Norms, Perceived Behavioral Control and Entrepreneurial Interest.*

PENDAHULUAN

Latar belakang perlunya meneliti minat mahasiswa berwirausaha adalah penting karena wirausaha memiliki peran yang signifikan dalam menggerakkan perekonomian suatu negara. Berwirausaha tidak hanya menciptakan lapangan kerja bagi diri sendiri tetapi juga bagi orang lain. Beberapa alasan mengapa meneliti minat mahasiswa terhadap wirausaha penting adalah sebagai berikut:

Penanggulangan Pengangguran: Tingkat pengangguran sering menjadi masalah serius di banyak negara. Dengan mendorong minat mahasiswa untuk berwirausaha, akan tercipta lapangan kerja baru, sehingga dapat mengurangi angka pengangguran dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Inovasi dan Kreativitas: Wirausaha seringkali mendorong inovasi dan kreativitas dalam mencari solusi untuk masalah yang ada di masyarakat. Dengan meneliti minat mahasiswa terhadap wirausaha, kita dapat menemukan potensi calon wirausahawan yang memiliki bakat kreatif dan inovatif untuk menciptakan produk atau layanan yang berbeda dan lebih baik.

Kontribusi pada Pertumbuhan Ekonomi: Para wirausaha berperan sebagai agen perubahan ekonomi dengan menciptakan peluang baru, inovasi, dan produk atau layanan yang bermanfaat bagi masyarakat. Melalui penelitian minat mahasiswa

terhadap wirausaha, kita dapat mengidentifikasi potensi calon wirausahawan yang dapat mendorong pertumbuhan ekonomi dalam skala lokal maupun nasional.

Pengaruh Lingkungan dan Faktor Psikologis: Penelitian tentang minat mahasiswa terhadap wirausaha juga akan membantu memahami faktor-faktor lingkungan dan psikologis yang mempengaruhi kecenderungan mahasiswa untuk berwirausaha. Informasi ini dapat digunakan untuk merancang program-program yang mendorong perkembangan dan keberhasilan wirausaha di kalangan mahasiswa.

Memperkuat Ekosistem Wirausaha: Dengan memahami minat mahasiswa terhadap wirausaha, kita dapat memperkuat ekosistem wirausaha di suatu negara atau wilayah. Ekosistem yang kuat termasuk dukungan dari pemerintah, perguruan tinggi, lembaga keuangan, dan pelaku industri, yang akan menciptakan lingkungan yang kondusif bagi pertumbuhan wirausaha.

Pengembangan Kewirausahaan di Perguruan Tinggi: Meneliti minat mahasiswa terhadap wirausaha juga akan membantu perguruan tinggi dalam mengembangkan program-program yang mendukung kewirausahaan, seperti kurikulum yang relevan, pelatihan, pendampingan, dan dukungan keuangan. Hal ini akan memfasilitasi mahasiswa yang berminat untuk mengembangkan potensi kewirausahaan mereka.

Dengan demikian, meneliti tentang minat mahasiswa berwirausaha adalah langkah penting dalam mengidentifikasi, mendukung, dan mengembangkan calon-calon wirausahawan yang akan berperan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan kemajuan masyarakat.

Pengembangan kewirausahaan di Indonesia menjadi kebutuhan yang mendesak dilihat dari Tingkat pengangguran. Jika dilihat jumlah dan tingkat pengangguran terbuka di Indonesia (Februari 2019- Februari 2023) dapat ditunjukkan pada tabel berikut :

Tabel 1. Jumlah Tingkat Pengangguran Terbuka di Indonesia Februari 2019 – Februari 2023

Tahun	2019-0	2019-08	2020-02	2020-08	2021-02	2021-08	2022-02	2022-08	2023-02
Jumlah Pengangguran Terbuka (juta)	6,8	7,0	6,9	9,8	8,7	9,1	8,4	8,4	8,0

Sumber: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/05/awal-2023-ada-79-juta-pengangguran-di-indonesia>

Berdasarkan dari data Badan Pusat Statistik (BPS), Februari 2023, terdapat sekitar 7,99 juta pengangguran orang menganggur di Indonesia, mengalami penurunan sekitar 410 ribu orang dibanding dengan Februari 2022. Data tersebut mencakup empat kelompok penduduk, yaitu mereka yang sedang mencari pekerjaan, mempersiapkan usaha, tidak mencari pekerjaan karena merasa sulit, dan yang sudah memiliki pekerjaan tetapi belum mulai bekerja. Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) pada Februari 2023 juga mengalami penurunan menjadi 5,45 % turun dari 5,86 % pada Februari tahun sebelumnya. Pertumbuhan ekonomi memberikan dampak positif terhadap penurunan Tingkat pengangguran terbuka.

Menurut Menteri Koperasi dan UKM, Teten Masduki, rasio menjadi prasyarat Indonesia untuk menjadi negara maju pada tahun 2045. Saat ini, Indonesia memiliki rasio kewirausahaan sebesar 3,47%, sedangkan untuk mencapai negara maju, rasio tersebut minimal harus mencapai 4% dari populasi penduduk. Untuk itu perlu diteliti faktor-faktor apa yang dapat membuat orang berminat untuk berusaha khusus dalam hal ini faktor-faktor apa yang mempengaruhi minat mahasiswa untuk berwirausaha.

Zhao et al., (2005) berpendapat bahwa kewirausahaan penting karena meningkatkan efisiensi ekonomi, membawa inovasi pada pasar, menciptakan pekerjaan baru, para sarjana masih memiliki pemahaman terbatas pada pengambilan keputusan untuk menjadi seorang wirausaha. Selain itu Indarti et al., (2008) berpendapat bahwa pengaruh pendidikan kewirausahaan selama ini telah dipertimbangkan sebagai salah satu faktor penting untuk menumbuhkan dan mengembangkan hasrat, jiwa dan perilaku berwirausaha di kalangan generasi muda. Terkait dengan pengaruh pendidikan kewirausahaan tersebut diperlukan

adanya pemahaman tentang bagaimana mengembangkan dan mendorong lahirnya wirausaha muda yang potensial dan dalam penelitian sebelumnya.

Terdorong atas fenomena di atas, maka penulis merasa perlu melakukan penelitian tentang analisis faktor -faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa untuk berwirausaha Ditinjau dari *Theory Of Planned Behavior* (Studi kasus: mahasiswa Prodi manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas katolik Santo Thomas) sebagai salah satu upaya untuk mengurangi tingkat pengangguran di masa yang akan datang.



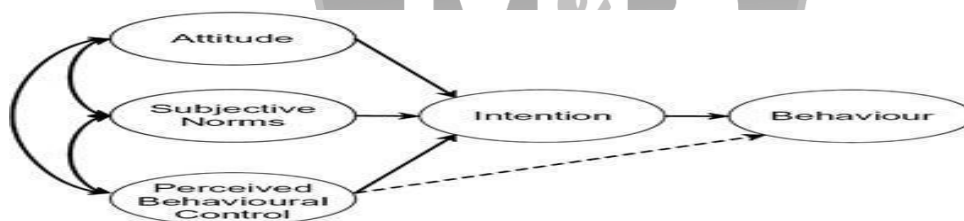
Permasalahan dalam penelitian ini: Faktor-faktor apa yang dominan mempengaruhi minat mahasiswa untuk berwirausaha?

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Minat

Dalam *theory of planned behavior* (Fishbein & Ajzen, 2005) intensi adalah kemungkinan seseorang bahwa ia akan menampilkan suatu tingkah laku dan merupakan fungsi dari tiga determinan dasar yang bersifat personal (sikap), sosial (norma subjektif) dan kontrol (*perceived behavioral control*). Intensi dapat digunakan untuk memprediksi seberapa kuat keinginan individu untuk menampilkan tingkah laku dan seberapa banyak usaha yang direncanakan atau dilakukan individu untuk melakukan tingkah laku tersebut, lalu intensi yang telah dibentuk ini akan tetap menjadi disposisi tingkah laku, yang hingga terdapat waktu dan kesempatan yang tepat, akan diwujudkan dalam bentuk tindakan sebagai usaha untuk merealisasikan intensi tersebut (Ajzen, 2005). Maka berdasarkan pengertian intensi menurut Fishbein dan Ajzen tersebut, intensi adalah prediktor yang baik tentang bagaimana kita berperilaku di masa depan, karena intensi merupakan niat individu untuk melakukan sesuatu di masa depan.

Intensi merupakan fungsi dari tiga faktor yaitu faktor personal, faktor sosial, dan faktor kontrol atau kendali (Ajzen, 2005). Faktor personal merupakan sikap individu terhadap perilaku berupa evaluasi positif atau negatif terhadap perilaku yang akan ditampilkan. Faktor sosial diistilahkan dengan kata norma subjektif yang meliputi persepsi individu terhadap tekanan sosial untuk menampilkan atau tidak menampilkan perilaku. Yang terakhir merupakan faktor kendali yang disebut *perceived behavioral control* yang merupakan perasaan individu akan mudah atau sulitnya menampilkan perilaku tertentu. Hubungan antara intensi dan ketiga faktor yang mempengaruhinya dapat dilihat dalam gambar berikut ini.



Gambar 1. *Theory of Planned Behavior*

Umumnya, seseorang menunjukkan intensi terhadap suatu perilaku jika mereka telah mengevaluasinya secara positif, mengalami tekanan sosial untuk melakukannya, dan ketika mereka percaya bahwa mereka memiliki kesempatan dan mampu untuk melakukannya. Sehingga dengan menguatnya intensi seseorang terhadap perilaku tersebut, maka kemungkinan individu untuk menampilkan perilaku juga semakin besar (Ajzen, 2005). Aspek Pengukuran Intensi Menurut Fishbein dan Ajzen (2005) intensi memiliki empat aspek, yaitu:

- Perilaku (*behavior*), yaitu perilaku spesifik yang nantinya akan diwujudkan.
- Sasaran (*target*), yaitu objek yang menjadi sasaran perilaku. Objek yang menjadi sasaran dari perilaku spesifik dapat digolongkan menjadi tiga, yaitu orang tertentu/objek (*particular object*), sekelompok orang/sekelompok objek (*a class of object*), dan orang atau objek pada umumnya (*any object*).
- Situasi (*situation*), yaitu situasi yang mendukung untuk dilakukannya suatu perilaku (bagaimana dan dimana perilaku itu akan diwujudkan).
- Waktu (*time*), yaitu waktu terjadinya perilaku yang meliputi waktu tertentu, dalam satu periode atau jangka waktu yang tidak terbatas.
- e.

Dinamika Sikap Terhadap Intensi Berwirausaha

Sikap adalah disposisi untuk merespon secara *favorable* atau *unfavorable* terhadap benda, orang, institusi atau kejadian yang ditentukan oleh keyakinan (*belief*) akan akibat dari tingkah laku yang akan dilakukan (Ajzen, 2005). *Belief* ini disebut sebagai *behavioral belief*, merupakan pernyataan subjektif seseorang yang menyangkut aspek-aspek yang dapat dibedakan tentang dunianya, yang sesuai dengan pemahaman tentang diri dan lingkungannya. *Behavioral belief* ini menghubungkan tingkah laku dengan konsekuensi tertentu dari munculnya tingkah laku tersebut, atau kepada beberapa atribut lain seperti keuntungan/kerugian yang mungkin muncul ketika melakukan tingkah laku tersebut.

Sebagai contoh adalah ketika orangtua meyakini bahwa berwirausaha merupakan keputusan yang lebih baik untuk anaknya dari pada mencari pekerjaan, namun ia menyadari bahwa ada konsekuensi jika anaknya berwirausaha, ia bisa mengeluarkan biaya yang lebih mahal, atau ia harus mengawasi anaknya dalam menjalankan usahanya dan menjadi fasilitator untuk anaknya. Hal-hal seperti biaya, waktu luang, dan perkembangan usaha anaknya adalah atribut yang mungkin muncul dari tingkah laku untuk berwirausaha. Dengan kata lain, seseorang yang percaya bahwa sebuah tingkah laku dapat menghasilkan *outcome* yang positif, maka ia akan memiliki sikap yang positif. Begitu juga sebaliknya, jika individu tersebut percaya bahwa dengan melakukannya akan menghasilkan *outcome* yang negatif, maka ia akan memiliki sikap yang negatif terhadap tingkah laku tersebut.

Dinamika Norma Subyektif Terhadap Intensi Berwirausaha

Norma subjektif sebagai persepsi seseorang akan tekanan sosial untuk menunjukkan atau tidak menunjukkan tingkah laku dengan pertimbangan tertentu, muncul dilatarbelakangi oleh *normative belief*, bahwa orang lain atau kelompok tertentu (yang berpengaruh bagi individu) akan setuju atau tidak setuju bila individu melakukan tingkah laku tersebut (Fishbein & Ajzen, 2005). Tidak hanya ditentukan oleh setuju orang lain atau kelompok yang berpengaruh bagi individu, tetapi norma subjektif juga dipengaruhi oleh *motivation to comply*, yaitu kekuatan/kekuasaan yang dimiliki orang lain atau kelompok tersebut terhadap individu, dan seberapa jauh individu akan mengikuti pendapat orang lain atau kelompok tersebut tersebut. Orang lain/kelompok yang berpengaruh ini disebut *referent*.

Dinamika Perceived Behavioral Control Terhadap Intensi Berwirausaha

Perceived behavioral control sebagai perasaan *self efficacy* atau kesanggupan seseorang untuk menunjukkan tingkah laku yang diinginkan (Ajzen, 2005). Dua komponen yang membentuk *perceived behavioral control* adalah keyakinan individu tentang kehadiran kontrol yang berfungsi sebagai pendukung atau penghambat individu dalam bertindak laku (*control beliefs*), dan persepsi individu terhadap seberapa kuat kontrol tersebut untuk mempengaruhi dirinya dalam bertindak laku (*perceived power*).

Perceived behavioral control berperan dalam meningkatkan terwujudnya intensi ke dalam tingkah laku pada saat yang tepat. Misalnya saja perilaku untuk tidak menyontek, individu bisa saja memiliki sikap yang positif dan persepsi bahwa orang lain akan sangat mendukung tindakannya tersebut atau bahkan ia sudah memiliki keinginan untuk tidak menyontek, namun ia mungkin saja tidak dapat melakukannya karena ia terhambat oleh faktor seperti tidak perlu banyak menghafal pelajaran atau faktor dari dalam/luar lainnya. Contoh tersebut menunjukkan bahwa walaupun individu memiliki sikap, dan norma subjektif yang mendukungnya untuk melaksanakan suatu tingkah laku, namun eksekusi tingkah laku itu sendiri masih bergantung pada faktor *perceived behavioral control* yang dimiliki.

Dinamika Sikap, Norma Subyektif dan *Perceived Behavioral Control* Terhadap Minat Berwirausaha

Minat diasumsikan sebagai faktor motivasional yang mempengaruhi perilaku. Intensi merupakan indikasi seberapa keras seseorang berusaha atau seberapa banyak usaha yang dilakukan untuk menampilkan suatu perilaku. Sebagai aturan umum, semakin keras intensi seseorang untuk terlibat dalam suatu perilaku, semakin besar kecenderungan ia untuk benar-benar melakukan perilaku tersebut. Intensi untuk berperilaku dapat menjadi perilaku sebenarnya hanya jika perilaku tersebut ada di bawah kontrol individu yang bersangkutan. Individu memiliki pilihan untuk memutuskan perilaku tertentu atau tidak sama sekali (Ajzen, 1991). Selanjutnya, variabel yang mempengaruhi intensi/niat individu dalam melakukan sesuatu (Ajzen, 1991), adalah:

1. Sikap disposisi untuk merespon secara *favorable* atau *unfavorable* terhadap benda, orang, institusi atau kejadian. Semakin positif sikap yang dimiliki individu terhadap suatu perilaku, maka semakin besar pula intensinya untuk melakukan perilaku tersebut. Di latar belakang oleh komponen *behavioral beliefs*, yaitu keyakinan akan konsekuensi dari kemunculan tingkah laku serta evaluasi terhadap konsekuensi tersebut.
2. Norma subjektif, persepsi seseorang akan tekanan sosial untuk menunjukkan atau tidak menunjukkan tingkah laku dengan pertimbangan tertentu. Semakin adanya tekanan sosial yang menekan individu untuk melakukan suatu, maka intensi individu akan semakin besar pula. Dilatarbelakangi oleh komponen *normative beliefs*, yaitu keyakinan tentang harapan normatif dari orang lain (*referent*) dan motivasi untuk memenuhi (*motivation to comply*) harapan *referent* tersebut.
3. *Perceived behavioral control*, kesanggupan seseorang untuk menunjukkan tingkah laku yang diinginkan. Semakin adanya kemudahan dan keuntungan individu untuk melakukan suatu perilaku, maka intensinya akan semakin tinggi. Dilatarbelakangi oleh komponen *control beliefs*, yaitu keyakinan tentang adanya faktor yang dapat mendorong atau menghambat munculnya tingkah laku dan persepsi terhadap kekuatan faktor tersebut.

Variabel lain yang Mempengaruhi Minat

Disamping faktor-faktor utama tersebut, terdapat beberapa variabel lain yang mempengaruhi atau berhubungan dengan *belief*. Beberapa faktor tersebut dikelompokkan ke dalam tiga kelompok: (1) kategori *personal*, termasuk didalamnya sikap secara umum, kepribadian, nilai-nilai, emosi, inteligensi, dan lain-lain; (2) kategori *social*, termasuk didalamnya usia, jenis kelamin, etnis, ras, pendidikan, penghasilan, agama, dan lain-lain; dan (3) kategori *informational*, termasuk didalamnya pengalaman, pengetahuan, tayangan media, dan lain-lain. Keberadaan faktor tambahan ini memang masih menjadi pertanyaan empiris mengenai seberapa jauh pengaruhnya terhadap *belief*, maupun terhadap intensi. Namun pada dasarnya faktor ini tidak menjadi bagian dari *theory of planned behavior* yang dikemukakan oleh Ajzen, melainkan hanya sebagai pelengkap untuk menjelaskan lebih dalam determinan tingkah laku manusia (Ajzen, 2005).

Pengertian Kewirausahaan

Kamus besar bahasa Indonesia (2016) mengartikan wirausaha sebagai orang yang pandai atau berbakat mengenali produk, menentukan cara produksi baru, menyusun operasi untuk pengadaan produk baru, serta mengatur permodalan operasinya.

Adapun ciri-ciri sikap mental para wirausahawan yaitu :

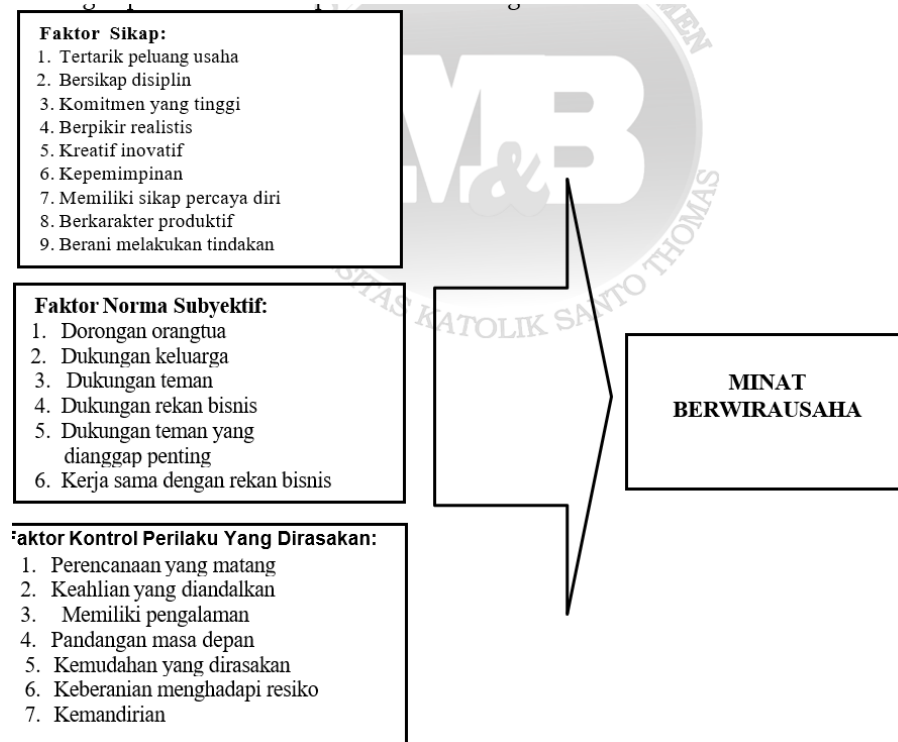
1. Memiliki kepribadian yang unggul, yaitu berdaya pikir positif, mampu merumuskan tentang apa yang dicita-citakan (tujuan hidup), dapat serta mampu menempatkan waktu pencapaian dan kesempatan, serta melakukannya.
2. Mengenal diri sendiri, yang berarti dapat memilih dan menentukan kegiatan yang sesuai, serasi dengan kemampuan diri sendiri, mengetahui kesempatan, kecakapan dan kemampuan diri sendiri, mengakui, mengetahui dan menyadari kekurangan diri sendiri, dapat menilai, menghargai dan memanfaatkan modal atau kekayaan dan kekuatan yang dimiliki diri sendiri.
3. Mempunyai keahlian khusus atau faktor tertentu. Memiliki keahlian tertentu merupakan salah satu modal yang dimiliki calon wirausahawan. Karena dengan modal keahlian, seseorang lebih mengetahui secara pasti bisnis apa yang sedang dijalankan dan bagaimana mengatur dengan baik bisnis tersebut.
4. Kemauan dan kesediaan untuk belajar terus dan bekerja keras Etos kerja yang bagus membuat sebuah bisnis akan berusaha bertahan di tengah tantangan para kompetitor, dan terus belajar membuat bisnis mengalami kemajuan dan menumbuhkan inovasi baru dalam membuat sebuah produk.
5. Memiliki kekayaan berupa kekayaan mental, spiritual serta kekayaan material.
6. Mengetahui dan memperhatikan hambatan-hambatan yang ada dan kemungkinan-kemungkinan hambatan yang mungkin terjadi. Dengan inovasi, kreatifitas, teknologi yang memadai disertai dengan kepribadian yang kokoh maka proses pembelajaran akan dapat menghasilkan sarjana yang tidak hanya menunggu lapangan pekerjaan, namun bisa menciptakan lapangan kerja baru.

Menurut Suryana (2008) ada enam hakekat penting kewirausahaan yaitu sebagai berikut:

1. Kewirausahaan adalah suatu nilai yang diwujudkan dalam perilaku yang dijadikan dasar sumber daya, tenaga penggerak, tujuan, siasat, kiat, proses, dan hasil bisnis.
2. Kewirausahaan adalah suatu kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda (*ability to create the new and different*).
3. Kewirausahaan adalah suatu proses penerapan kreatifitas dan inovasi dalam memecahkan persoalan dan menemukan peluang untuk memperbaiki kehidupan.
4. Kewirausahaan adalah suatu nilai yang diperlukan untuk memulai suatu usaha (*start-up phase*) dan perkembangan usaha (*venture growth*).
5. Kewirausahaan adalah suatu proses dalam mengerjakan sesuatu yang baru (*creative*), dan sesuatu yang berbeda (*innovative*) yang bermanfaat memberi nilai lebih.
6. Kewirausahaan adalah usaha menciptakan nilai tambah dengan jalan mengkombinasikan sumber-sumber melalui cara-cara baru dan berbeda untuk memenangkan persaingan.

Kerangka Pemikiran:

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini sebagai berikut:



METODOLOGI PENELITIAN

Populasi penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Santo Thomas yang sudah mengambil mata kuliah Kewirausahaan. Menurut Hair, et al., (2014), jumlah sampel dalam analisis faktor adalah $5 \times n$. Dalam penelitian ini menggunakan 22 indikator, maka ukuran sampel yang dibutuhkan minimal sejumlah $5 \times 22 = 110$ mahasiswa. Operasionalisasi Variabel dilakukan untuk mengukur faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa untuk berwirausaha dengan 22 (duapuluh dua) indikator. Teknik pengumpulan data mencakup penggunaan kuesioner yang diisi oleh mahasiswa yang sudah mengambil mata kuliah Kewirausahaan sebagai responden.

Teknik Analisis

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis faktor untuk mereduksi data, yaitu proses untuk meringkas sejumlah variabel menjadi lebih sedikit untuk mengetahui faktor yang dominan mempengaruhi minat mahasiswa untuk berwirausaha. Menurut Santoso dan Tjiptono (2008: 250),

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

KMO and Bartlett's Test

KMO dan Bartlett's Test berguna untuk mengetahui apakah variabel dan data penelitian dapat dianalisis lebih lanjut atau tidak. Dari *print out* hasil SPSS versi 25 untuk 22 variabel yang dijawab oleh 110 responden, hasil sebagai berikut

Tabel 2. KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.783
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1654.794
	df	231
	Sig.	.000

Sumber: Data diolah, 2024

Tabel di atas, menunjukkan bahwa nilai KMO (*Kaiser-Meyer-Olkin Measure Of sampling Adequacy* (MSA) adalah 0,783 dengan tingkat signifikan 0,000. Hal ini memperlihatkan bahwa instrument ini valid karena nilai KMO di atas 0,50. . Dilihat dari *Bartlett's Test of Sphericity* menunjukkan nilai 1654,794 tingkat signifikansi 0,000, sehingga dapat disimpulkan bahwa instrument ini telah memenuhi syarat valid.

Dari hasil data yang diolah oleh penulis, diketahui nilai MSA untukn semua indikator berada diatas 0,5 yaitu diantara 0,612 – 0,907, maka analisis factor dapat dilanjutkan.



Tabel 3. Anti Image Matrik

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7
Anti-image Covariance	v		-.007	.019	.001	-.023	.004	-.008
	X1.2	-.007	.609	-.119	-.015	-.076	-.064	-.066
	X1.3	.019	-.119	.475	.027	-.039	-.065	-.013
	X1.4	.001	-.015	.027	.016	.002	-.008	.004
	X1.5	-.023	-.076	-.039	.002	.508	.009	-.059
	X1.6	.004	-.064	-.065	-.008	.009	.402	-.141
	X1.7	-.008	-.066	-.013	.004	-.059	-.141	.454
	X1.8	.011	.036	-.153	-.010	-.072	-.048	-.003
	X1.9	-.010	-.098	.044	.021	.025	-.074	.005
	X2.1	-.006	.000	-.065	-.002	.008	.018	.021
	X2.2	.010	.000	.050	.010	-.094	-.045	.001
	X2.3	-.005	.091	-.067	-.019	-.043	-.008	-.019
	X2.4	.018	.041	.024	-.007	-.044	.055	-.032
	X2.5	.000	-.035	-.006	.009	-.071	.032	-.025
	X2.6	-.014	-.009	-.050	-.007	.063	-.030	.075
	Y1	-.008	.008	-.085	-.002	-.049	-.028	.081
	Y2	.021	-.078	.113	.004	-.054	-.040	-.042
	Y3	.004	.070	-.021	-.006	-.022	-.045	-.073
	Y4	-.014	.007	-.020	-.001	.021	-.002	.007
	Y5	-.001	.015	-.027	-.016	-.002	.009	-.005
	Y6	.012	-.017	.032	.000	-.011	-.077	-.046
	Y7	.004	-.036	.007	-.005	-.026	-.028	-.108
Anti-image Correlation	X1.1	.620 ^a	-.073	.228	.037	-.266	.051	-.097
Anti-image Correlation	X1.1	.620 ^a	-.073	.228	.037	-.266	.051	-.097
	X1.2	-.073	.867 ^a	-.222	-.148	-.137	-.130	-.126
	X1.3	.228	-.222	.762 ^a	.311	-.079	-.148	-.028
	X1.4	.037	-.148	.311	.612 ^a	.023	-.101	.047
	X1.5	-.266	-.137	-.079	.023	.896 ^a	.021	-.123
	X1.6	.051	-.130	-.148	-.101	.021	.907 ^a	-.330
	X1.7	-.097	-.126	-.028	.047	-.123	-.330	.897 ^a
	X1.8	.135	.069	-.326	-.112	-.148	-.112	-.007
	X1.9	-.115	-.184	.094	.244	.052	-.169	.011
	X2.1	-.076	.001	-.143	-.024	.017	.044	.046
	X2.2	.122	.000	.103	.108	-.186	-.099	.003
	X2.3	-.062	.165	-.136	-.205	-.085	-.017	-.039
	X2.4	.220	.078	.052	-.078	-.093	.129	-.070
	X2.5	-.005	-.060	-.011	.095	-.131	.067	-.049
	X2.6	-.178	-.017	-.109	-.088	.133	-.072	.168
	Y1	-.080	.014	-.159	-.019	-.090	-.058	.156
	Y2	.239	-.141	.230	.046	-.107	-.088	-.087
	Y3	.040	.122	-.041	-.064	-.042	-.096	-.145
	Y4	-.989	.075	-.240	-.044	.242	-.033	.090
	Y5	-.040	.149	-.313	-.989	-.025	.109	-.063
	Y6	.133	-.030	.062	.005	-.020	-.163	-.091
	Y7	.043	-.059	.012	-.055	-.047	-.056	-.205

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)
 Sumber: Data diolah, 2024

Communalities

Dari tabel *Communalities* memberikan gambaran tentang persentase keragaman dari suatu variabel asal yang dapat dijelaskan oleh factor yang ada sebagaimana terlihat dalam Tabel 4.

Tabel 4 *Communalities*

	Initial	Extraction
--	---------	------------

Tertarik peluang usaha (V ₁)	1.000	.914
Bersikap disiplin (V ₂)	1.000	.431
Komitmen yang tinggi (V ₃)	1.000	.455
Berfikir realistis (V ₄)	1.000	.966
Kreatif inovatif (V ₅)	1.000	.529
Kepemimpinan (V ₆)	1.000	.699
Memiliki sikap percaya diri (V ₇)	1.000	.606
Berkarakter produktif (V ₈)	1.000	.575
Berani melakukan tindakan (V ₉)	1.000	.512
Dorongan orang tua (V ₁₀)	1.000	.749
Dukungan keluarga (V ₁₁)	1.000	.609
Dukungan teman (V ₁₂)	1.000	.632
Dukungan rekan bisnis (V ₁₃)	1.000	.714
Kerjasama teman yang dianggap penting (V ₁₄)	1.000	.498
Kerjasama dengan rekan bisnis (V ₁₅)	1.000	.753
Perencanaan yang matang (V ₁₆)	1.000	.526
Keahlian yang diandalkan (V ₁₇)	1.000	.463
Memiliki pengalaman (V ₁₈)	1.000	.587
Pandangan masa depan (V ₁₉)	1.000	.922
Kemudahan yang dirasakan (V ₂₀)	1.000	.971
Keberanian mengambil resiko (V ₂₁)	1.000	.461
Kemandirian (V ₂₂)	1.000	.452
Extraction Method: Principal Component Analysis.		

Sumber : Data diolah, 2024

Tabel di atas menunjukkan bahwa memberikan makna:

1. Untuk variabel tertarik peluang usaha, angka 0,914 artinya 91,4% variabel tertarik peluang usaha dapat dijelaskan oleh faktor yang terbentuk (*Component Matrix*).
2. Untuk variabel bersikap disiplin, angka 0,431 artinya 43,1% varians dari variabel bersikap disiplin dijelaskan oleh faktor yang terbentuk (*Component Matrix*). Demikian cara penjelasan berikutnya sampai pada variabel yang ke 22.

Total Variance Explained

Berdasarkan tabel *Total Variance Explained*, dapat kita lihat bahwa terdapat 5 faktor yang terbentuk yang semula sebanyak 22 faktor. Hal ini dilihat dari *Total Initial Eigenvalues* yang menunjukkan > 1 sebanyak 5 component.

Tabel 5. *Total Variance Explained*

Total Variance Explained									
Comp onent	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	7.000	31.816	31.816	7.000	31.816	31.816	4.717	21.443	21.443
2	2.333	10.605	42.422	2.333	10.605	42.422	2.433	11.060	32.502
3	1.870	8.502	50.923	1.870	8.502	50.923	2.417	10.988	43.490
4	1.560	7.089	58.013	1.560	7.089	58.013	2.297	10.443	53.932
5	1.260	5.729	63.741	1.260	5.729	63.741	2.158	9.809	63.741

6	.918	4.172	67.913						
7	.888	4.038	71.951						
8	.794	3.607	75.558						
9	.713	3.240	78.799						
10	.645	2.932	81.730						
11	.564	2.562	84.292						
12	.516	2.345	86.637						
13	.496	2.256	88.894						
14	.447	2.031	90.924						
15	.427	1.940	92.865						
16	.411	1.869	94.734						
17	.338	1.535	96.269						
18	.310	1.410	97.680						
19	.284	1.291	98.971						
20	.211	.959	99.930						
21	.008	.037	99.967						
22	.007	.033	100.000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Sumber: Data diolah, 2024

Component Matrix

Untuk menjelaskan setiap faktor *Factor loading* yaitu besarnya korelasi antara masing-masing variabel dengan faktor 1, faktor 2 dan faktor 3, faktor 4 dan faktor 5. Penentuan variabel dari masing-masing faktor dilakukan dengan membandingkan besaran korelasi pada setiap baris, angka yang paling besar menunjukkan korelasi yang paling kuat. Angka korelasi di bawah 0,50 mengindikasikan korelasi yang lemah dan jika korelasinya di atas 0,50 berindikasi kuat korelasinya. *Component matrix* disajikan pada Tabel berikut..

Component Matrix

Tabel 6. Component Matrix^a

	Component				
	1	2	3	4	5
Tertarik peluang usaha (V ₁)	.533	-.189	-.688	.251	.243
Bersikap disiplin (V ₂)	.552	-.193	.145	-.231	-.120
Komitmen yang tinggi (V ₃)	.600	-.187	-.069	-.141	-.189
Berfikir realistis (V ₄)	.498	-.317	.433	.656	-.004
Kreatif inovatif (V ₅)	.683	.012	-.167	-.073	-.171
Kepemimpinan (V ₆)	.705	-.201	.183	-.349	-.083
Memiliki sikap percaya diri (V ₇)	.676	-.188	.192	-.241	-.136
Berkarakter produktif (V ₈)	.622	-.415	-.016	-.047	-.117
Berani melakukan tindakan (V ₉)	.695	-.079	.113	.074	.065
Dorongan orang tua (V ₁₀)	.509	.425	-.217	.232	-.456
Dukungan keluarga (V ₁₁)	.482	.376	-.268	.034	-.403
Dukungan teman (V ₁₂)	.527	.508	-.101	.075	-.284
Dukungan rekan bisnis (V ₁₃)	.326	.683	.042	.193	.320
Kerjasama teman yang dianggap penting (V ₁₄)	.456	.496	.209	.023	.003
Kerjasama dengan rekan bisnis (V ₁₅)	.326	.610	.291	.064	.431
Perencanaan yang matang (V ₁₆)	.555	-.017	-.243	-.199	.345
Keahlian yang diandalkan (V ₁₇)	.650	.000	.053	-.057	.186

Memiliki pengalaman (V ₁₈)	.582	-.125	.139	-.301	.349
Pandangan masa depan (V ₁₉)	.550	-.194	-.682	.239	.245
Kemudahan yang dirasakan (V ₂₀)	.502	-.337	.424	.652	-.020
Keberanian mengambil resiko (V ₂₁)	.664	-.004	.029	-.126	.059
Kemandirian (V ₂₂)	.509	.196	.296	-.260	-.002
Extraction Method: Principal Component Analysis.					
a. 5 components extracted.					

Sumber: data diolah, 2024

Berdasarkan tabel di atas, dapat dijelaskan arti *component matrix* sebagai berikut:

1. Variabel tertarik peluang usaha (V₁), korelasi antara variabel tertarik peluang usaha dengan faktor 1 sebesar 0.533 (kuat) sedangkan dengan faktor kedua, ketiga, keempat dan kelima memiliki korelasi lemah. Dengan demikian, variabel ini dapat dimasukkan sebagai faktor 1.
2. Variabel bersikap disiplin (V₂), korelasi antara variabel bersikap disiplin dengan faktor 1 sebesar 0.552 (kuat) sedangkan dengan faktor kedua, ketiga, keempat dan kelima memiliki korelasi lemah. Dengan demikian, variabel ini dapat dimasukkan sebagai faktor 1.
3. Demikian cara penjelasan berikutnya sampai pada faktor 22.

Rotated Component Matrix

Untuk menjelaskan setiap factor mencakup variabel apa saja, maka penulis menggunakan Tabel *Rotated Component Matrix* sebagaimana terlihat dalam tabel berikut:

Tabel 7. *Rotated Component Matrix*

	Component				
	1	2	3	4	5
Tertarik peluang usaha (V ₁)		.922			
Bersikap disiplin (V ₂)	.636				
Komitmen yang tinggi (V ₃)	.573				
Berfikir realistis (V ₄)					.952
Kreatif inovatif (V ₅)	.515				
Kepemimpinan (V ₆)	.824				
Memiliki sikap percaya diri (V ₇)	.745				
Berkarakter produktif (V ₈)	.616				
Berani melakukan tindakan (V ₉)	.531				
Dorongan orang tua (V ₁₀)			.830		
Dukungan keluarga (V ₁₁)			.736		
Dukungan teman (V ₁₂)			.696		
Dukungan rekan bisnis (V ₁₃)				.788	
Kerjasama teman yang dianggap penting (V ₁₄)				.544	
Kerjasama dengan rekan bisnis (V ₁₅)				.860	
Perencanaan yang matang (V ₁₆)					
Keahlian yang diandalkan (V ₁₇)	.524				
Memiliki pengalaman (V ₁₈)	.655				
Pandangan masa depan (V ₁₉)		.923			
Kemudahan yang dirasakan (V ₂₀)					.953
Keberanian mengambil resiko (V ₂₁)	.572				
Kemandirian (V ₂₂)	.535				

Extraction Method: Principal Component Analysis.
 Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.
 a. Rotation converged in 6 iterations.

Sumber: Data diolah, 2024

Dari tabel *Rotated Component Matrix* terlihat bahwa *loading factor* yang di rotasi telah memberikan arti sebagaimana yang diharapkan dan setiap factor sudah dapat diinterpretasikan dengan jelas. Terlihat pula bahwa setiap variabel hanya berkorelasi kuat dengan salah satu factor saja (tidak ada variabel yang korelasinya $< 0,5$ di kelima factor)

Faktor-Faktor Yang Dominan Mempengaruhi Minat Mahasiswa Untuk Berwirausaha

Berdasarkan nilai hasil *Rotated Component Matrix* dari tabel 7, dapat diringkaskan Faktor-Faktor yang dominan mempengaruhi minat mahasiswa untuk berwirausaha pada tabel berikut :

Tabel 8. Faktor-faktor Yang Dominan Mempengaruhi Minat Mahasiswa Untuk Berwirausaha

Atribut	Korelasi	Faktor	Keterangan
V2	0,636	1	Bersikap disiplin
V3	0,573		Komitmen yang tinggi
V5	0,515		Kreatif inovatif
V6	0,824		Kepemimpinan
V7	0,745		Memiliki sikap percaya di diri
V8	0,616		Berkarakter produktif
V9	0,531		Berani melakukan tindakan
V17	0,524		Keahlian yang diandalkan
V18	0,655		Memiliki pengalaman
V21	0,572		Keberanian mengambil resiko
V22	0,537		Kemandirian
V1	0,922	2	Tertarik peluang usaha
V19	0,923		Pandangan masa depan
V10	0,830	3	Dorongan orang tua
V11	0,736		Dukungan keluarga
V12	0,696		Dukungan teman
V13	0,788	4	Dukungan rekan bisnis
V14	0,544		Kerjasama teman yang dianggap penting
V15	0,860		Kerjasama dengan rekan bisnis
V4	0,952	5	Berfikir realistis
V20	0,952		Kemudahan yang dirasakan

Sumber: diolah dari tabel 4.11

Keterangan: Berdasarkan nilai korelasi dari tabel di atas menunjukkan bahwa ketiga faktor(faktor Sikap, Faktor Norma Subyektif dan Kontrol Perilaku yang dirasakan) yang mempengaruhi minat mahasiswa untuk berirawsaha ada yang masuk faktor 1 sampai dengan factor 5 sesuai dengan penilaian mahasiswa terhadap minat berwirausaha. Apabila nilai korelasi suatu faktor semakin tinggi semakin dominan faktor tersebut akan mempengaruhi minat mahasiswa untuk berwirausaha deminkian sebaliknya.

Faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa untuk berwirausaha dengan nilai korelasi lebih besar dari 0,80 terdiri dari: kemudahan yang dirasakan (0,953), berfikir realistis (0,952), pandangan masa depan (0,851), tertarik peluang usaha (0,922), kerjasama dengan rekan bisnis (0,860), dorongan orang tua (0,830) dan kepemimpinan (0,824). dilihat dari nilai korelasinya, diketahui bahwa faktor yang paling dominan mempengaruhi minat mahasiswa untuk berwirausaha adalah adalah kemudahan yang dirasakan.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian, karakteristik responden menunjukkan bahwa Tingkat Pendidikan orang tua mahasiswa Fakultas Ekonomi Unika Santo Thomas lebih dominan Tingkat Pendidikan SMU, pekerjaan orang tua sebagai petani dan penghasilan orang tua lebih dominan 3,1 juta – 4 juta.

Hasil uji validitas penelitian menunjukkan seluruh faktor yang diteliti memiliki nilai r -hitung yang lebih besar dari r -tabel, artinya dari 22 pernyataan dalam bentuk pertanyaan yang diteliti valid. Selain itu, hasil uji reliabilitas penelitiapun menunjukkan bahwa semua variabel dinyatakan reliabel (sangat andal) dimana nilai Cronbach Alpha $>0,50$ yaitu 0,891.

Hasil analisis faktor yang diawali dengan Uji KMO and Bartlett test yang menunjukkan nilai *Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling adequacy* (KMO MSA) sebesar 0,783 dengan nilai signifikansi 0,000 artinya variabel dan sampel yang ada sudah bisa dianalisis dengan menggunakan analisis faktor. Kemudian seluruh faktor yang diteliti memiliki $MSA > 0,5$ artinya variabel-variabel tersebut masih bisa diprediksi dan dianalisis lebih lanjut seperti tampak pada tabel 5.8. Selanjutnya nilai Extraction masing-masing variabel diatas 0,50 artinya semua indikator dianggap mampu menjelaskan faktor.

Berdasarkan tabel hasil penelitian bahwa nilai *Communalities* memberikan gambaran tentang persentase keragaman dari faktor – faktor yang diamati seperti variabel sikap, norma subyektif dan kontrol perilaku yang dirasakan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha menunjukkan nilai variasi yang dibentuk lebih besar dari 0,5 (50 %). Dari 3 (tiga) variabel penelitian yaitu variabel sikap, norma subyektif dan kontrol perilaku yang dirasakan yang terdiri dari 22 (dua puluh) faktor, ternyata semua faktor dapat dikelompokkan menjadi 5 (lima) faktor yang mempunyai nilai lebih dari satu dan mampu menjelaskan sebesar 63, 741 % terhadap minat berusaha. Setelah diadakan *Rotated Component Matrix*, ternyata nilai dari 22 (duapuluh dua) faktor yang diamati nilai koefisien korelasinya secara umum semakin meningkat atau sangat kuat.

Berdasarkan hasil penelitian, nilai *Rotated Component Matrix*, dapat menghasilkan faktor – faktor yang dominan mempengaruhi minat mahasiswa untuk berwirausaha, yang dikelompokkan menjadi 5 faktor yaitu : **Faktor Pertama** terdiri dari : Bersikap disiplin, Komitmen yang tinggi, Kreatif inovatif, Kepemimpinan, Memiliki sikap percaya diri, Berkarakter produktif, Berani melakukan Tindakan, Keahlian yang diandalkan, Memiliki pengalaman, Keberanian mengambil resiko, Kemandirian., **Faktor Kedua** terdiri dari tertarik peluang usaha dan Pandangan masa depan. **Faktor Ketiga** terdiri dari : Dorongan orangtua, dukungan keluarga dan Dukungan teman. **Faktor Keempat** terdiri dari : Dukungan rekan bisnis, Kerjasama teman yang dianggap penting, Kerjasama dengan rekan bisnis. **Faktor Kelima** terdiri dari : Berfikir realistis, Kemudahan yang dirasakan.

Faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa untuk berwirausaha dengan nilai korelasi lebih besar dari 0,80 terdiri dari: kemudahan yang dirasakan (0,953), berfikir realistis (0,952), pandangan masa depan (0,851), tertarik peluang usaha (0,922), kerjasama dengan rekan bisnis (0,860), dorongan orang tua (0,830) dan kepemimpinan (0,824). dilihat dari nilai korelasinya, diketahui bahwa faktor yang paling dominan mempengaruhi minat mahasiswa untuk berwirausaha adalah kemudahan yang dirasakan.

Berdasarkan hasil pembahasan di atas sejalan dengan pendapat Alma (2007:9) yang menyatakan terdapat 3 faktor kritis yang berperan dalam minat berwirausaha tersebut yaitu: Personal. yaitu menyangkut aspek-aspek kepribadian seseorang. Demikian juga pendapat David McClelland dalam Alma (2007:13) dalam bukunya *The achieving society* menyatakan bahwa seorang wirausaha adalah seseorang yang yang memiliki keinginan berprestasi yang sangat tinggi dibandingkan orang yang tidak berwirausaha.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa:

1. Angka KMO (*Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy* (MSA) sebesar 0,783 dengan tingkat signifikansi 0,000. Oleh karena nilai KMO diatas 0,50 dan signifikan pada 1 persen, maka data cukup layak untuk dianalisis lebih lanjut dengan menggunakan analisis faktor
2. Component Matrix menunjukkan bahwa variabel yang dianalisis belum jelas termasuk ke dalam faktor mana. Setelah dilakukan rotated component matrix, maka kedua puluh dua variabel yang diteliti sudah jelas dalam faktor 1, faktor 2, faktor 3, faktor 4 dan faktor 5.
3. *Scree plot* menampilkan grafik, di mana dari faktor 1 ke faktor 2 (garis sumber *component number* = 1 ke 2), arah garis menurun dengan cukup tajam. Kemudian dari angka 2 sampai angka 3, garis masih menurun dengan *slope* yang semakin kecil. Faktor keempat sudah berada di bawah angka dari sumbu Y (*eigenvalues*). Hal ini menunjukkan bahwa lima faktor paling bagus untuk meringkas kedua puluh dua faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa untuk berwirausaha.
4. Berdasarkan tabel 5.12, menunjukkan dari 22 (dua puluh dua) faktor, dapat dikelompokkan menjadi 5 (lima) faktor yang dominan mempengaruhi minat mahasiswa untuk berwirausaha yaitu : **Faktor Pertama** terdiri dari : Bersikap disiplin, Komitmen yang tinggi, Kreatif inovatif, Kepemimpinan, Memiliki sikap percaya diri, Berkarakter produktif, Berani melakukan Tindakan, Keahlian yang diandalkan, Memiliki pengalaman, Keberanian mengambil resiko, Kemandirian., **Faktor Kedua** terdiri dari : tertarik peluang usaha dan Pandangan masa depan. **Faktor Ketiga** terdiri dari : Dorongan orangtua, dukungan keluarga dan Dukungan teman. **Faktor Keempat** terdiri dari : Dukungan rekan bisnis, Kerjasama teman yang dianggap penting, Kerjasama dengan rekan bisnis. **Faktor Kelima** terdiri dari : Berfikir realistis, Kemudahan yang dirasakan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. 2005. Attitudes, Personality, and Behavior. 2nd Edition. New York: Open University Press.
- Ajzen, I. and Fishbein, M. 2005 The Influence of Attitudes on Behavior. In: Albarracín, D., Johnson, B.T. and Zanna, M.P., Eds., The Handbook of Attitudes, Erlbaum, Mahwah, 173-221.
- Alma, Buchari. 2014. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Bandung: Alfabeta.
- Dharmesta, Basu Swastha dan Khasanah, Umi, 1999, Theory Planned of Behavior: An Application To Transport Service Customers
- Dharmmesta dan Handoko, 2000, Manajemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen, Edisi Pertama, BPFE, Yogyakarta
- Engel. James.F.Roger.D. Black Well And Paul.W.Miniard, 1995, Perilaku Konsumen. Jakarta: Bina Rupa
- Feldman, Robert S. 1995. Social Psychology. New Jersey : A Simaon & Schuster Company. Englewood Cliffs.
- Ghozali, Imam. 2006. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS, Edisi Ke 4, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indri Hastuti Listyawati Pengaruh Sikap, Norma Subyektif Dan Kontrol Keperilakuan

- Terhadap Niat Berwirausaha Pada Mahasiswa Di Yogyakarta JBMA-Vol. IV, No. 1, Maret 2017
- Indarti, Nurul and Rokhima Rostiani. 2008, Intensi Kewirausahaan Mahasiswa: Study Perbandingan Antara Indonesia, Jepang dan Norwegia. Vol.23, No.4,1-27.
- Kotler dan Keller. 2009. Prinsip-PrinsipPemasaran. Jakarta: Erlangga
- Kristianto, Paulus Lilik. 2011. PsikologiPemasaran. CetakanPertama, Jakarta: Caps Kuncoro, Mudrajad. 2003. Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi. Jakarta: Erlangga.
- Linan F dan Chen,Y.W. 2005. Testing the entrepreneurial intention model on a two-country sample. Barcelona:Departement d'Economia de l'Empresa Universitat Autonoma de Barcelona.
- Li, Wei., 2006, Entrepreneurial Intention Among Intrenational Students: Testing A Model of Entrepreneurial Intention. Journal University of Illinois At Urbana-Champaign, 217-721-9969.
- Lupiyoadi, Rambat. 2007. Manajemen PemasaranJasa: Teoridan Praktik. EdisiPertama, CetakanPertama, Jakarta: SalembaEmpat.
- Paul, Peter. J dan Jerry C. Olson, 2000, Consumer Behaviour : Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran, jilid 1 dan jilid 2, Jakarta : Erlangga
- Sekaran, Uma, 2006. Metodologi Penelitian Bisnis, Edisi 4, Jakarta: Salemba Empat.
- Sitompul, Pandapotan, Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Dengan Pendekatan *Theory Planned of Behavior* (Studi Kasus: Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Santo Thomas Medan), Jurnal Manajemen Dan Bisnis (JMB), Vol. 22 nomor 2, September 2022.
- Simanihuruk, Peran dan Simanjuntak, Markus, doddy, Faktor-Faktor PENYEBAB Kurangnya Minat Mahasiswa Berwirausaha (Studi Kasus: Mahasiswa Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Santo Thomas), Jurnal Manajemen Dan Bisnis (JMB), Vol.24 Nomor 1, Maret 2024
- Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Suryana. 2008. Kewirausahaan. Jakarta: Salemba Empat
- Thomas W Zimmerer, Norman M Scarborough, 2008 Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil, Jakarta: Salemba Empat.