

Faktor-Faktor yang Memengaruhi Niat Mahasiswa Akuntansi menjadi

Entrepreneur



SKRIPSI

Oleh :

Nama : Adetia Resa Saputri

Nomor Mahasiswa : 17312222

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2021

Faktor-Faktor yang Memengaruhi Niat Mahasiswa Akuntansi menjadi

Entrepreneur

SKRIPSI

**Disusun dan diajukan untuk memenuhi sebagai salah satu syarat untuk
mencapai derajat Sarjana Strata-1 Program Studi Akuntansi pada Fakultas**

Bisnis dan Ekonomika UII

Oleh :

Nama : Adetia Resa Saputri

NIM : 17312222

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2021

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman/sangsi apapun sesuai peraturan yang berlaku”

Yogyakarta, 11 Februari 2021

Penulis,



(Adetia Resa Saputri)

Faktor-Faktor yang Memengaruhi Niat Mahasiswa Akuntansi menjadi

Entrepreneur

SKRIPSI

Diajukan Oleh:

Nama : Adetia Resa Saputri

No. Mahasiswa : 17312222

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada tanggal 11 Februari 2021

Dosen Pembimbing,

(Muamar Nur Kholid, S.E., M.Ak., Akt)

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI NIAT MAHASISWA AKUNTANSI MENJADI
ENTREPRENEUR**

Disusun oleh : ADETIA RESA SAPUTRI

Nomor Mahasiswa : 17312222

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji dan dinyatakan Lulus
pada hari, tanggal: Rabu, 10 Maret 2021

Penguji/Pembimbing Skripsi : Muamar Nur Kholid, SE., Ak., M.Ak.

Penguji : Isti Rahayu, Dra., M.Si., Ak., CA.



.....
.....

Mengetahui
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia




Prof. Jaka Sriyana, Dr., M.Si

HALAMAN MOTTO

Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain

(Q.S AL-Insyirah 6-7)

Where there is will there is a way

Dimana ada kemauan, pasti disitu ada Jalan

HALAMAN PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya yang sangat menyayangi dan mencintai saya dengan penuh kasih sayang, Ayah Sugiharto dan Ibu Sri Windarsih Seluruh Keluarga dan Sahabat-

Sahabatku

الجمعة المباركة
الاستاذة الانيسة

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah rabbil'alamin. Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Mahasiswa Akuntansi menjadi Entrepreneur**”. Penyusunan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan program Sarjana (S1) pada Program Studi Akuntansi, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia.

Penulis menyadari dalam proses pembuatan skripsi ini banyak mengalami kendala, namun berkat bantuan, bimbingan, kerjasama dari berbagai pihak dan berkah Allah SWT sehingga kendala-kendala tersebut dapat diatasi. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ayah Sugiharto dan Ibu Sri Windarsih selaku orang tua yang sangat memberikan material, moril, arahan dan selalu memberikan kasih sayang, cinta, doa untuk keberhasilan dan keselamatan selama menempuh pendidikan kepada penulis.
2. Bapak Fathul Wahid, S.T., M.Sc., Ph.D. selaku Rektor Universitas Islam Indonesia.

3. Bapak Jaka Sriyana, SE., M.Si., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia.
4. Bapak Dr. Mahmudi, SE., M.Si., Ak. selaku Ketua Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia.
5. Bapak Muamar Nur Kholid, S.E., M.Ak., Akt. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah dengan sabar, tekun, tulus, dan ikhlas meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran memberikan bimbingan, motivasi, arahan dan saran-saran yang sangat berharga kepada penulis selama menyusun skripsi.
6. Seluruh Bapak/Ibu Dosen dan Staff Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia yang telah memberikan pengetahuan, pengalaman yang sangat bermanfaat selama masa perkuliahan.
7. Setyo Nugroho, Vika Anggraeni selaku kakak kandung dan kakak ipar yang telah memberikan doa serta dukungan kepada penulis.
8. Adik Attha yang selalu menemani dan mengganggu penulis ketika sedang mengerjakan skripsi.
9. Mbak Tira, Mbak Lia, dan Mas Bayu selaku keluargaku yang selalu mengingatkan dan memberikan support kepada penulis agar segera menyelesaikan skripsi ini.
10. Gustrina puspitasari selaku sahabat yang senantiasa meluangkan waktu dan dan selalu memberikan support kepada penulis agar segera menyelesaikan skripsi ini.

11. Fierda Ayu, Syifa Rahmatika, Afifah Wafir, Depi Nurmalia S teman seperjuangan, terimakasih atas waktu dan selalu memberikan support kepada penulis agar segera menyelesaikan skripsi ini.
12. Sahabat-sahabat “Ciwi-Ciwi” (Arum, Caca, Fanin, Deffi, Mega) yang selalu memberikan dukungan dan motivasi yang penulis lakukan sejak SMA hingga masa perkuliahan ini berakhir
13. Ellya Kusuma Dewi dan Amira Nur A selaku teman SD yang hingga saat ini selalu memberikan support dan doa kepada penulis
14. Seluruh keluarga besar dan saudara yang selalu memberikan doa, semangat dan dukungan kepada penulis
15. Seluruh mahasiswa maupun mahasiswi akuntansi angkatan 2017. Terimakasih atas pertemanan dan dukungan dari kalian semua yang tidak bisa disebutkan satu-satu.
16. Para responden yang telah meluangkan waktu mengisi kuesioner serta semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat berguna bagi semua pihak, terkhusus untuk penulis sendiri. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang dapat membangun untuk ke depan yang lebih baik.

Wassalamualaikum Wr. Wb

DAFTAR ISI

Halaman Sampul	i
Halaman Judul.....	ii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme.....	iii
Halaman Pengesahan	iv
Berita Acara Ujian Tugas Akhir/Skripsi	v
Halaman Motto.....	vi
Halaman Persembahan	vii
Kata Pengantar	viii
Daftar Isi.....	xi
Daftar Tabel	xiv
Daftar Gambar.....	xv
Daftar Lampiran.....	xvi
Abstract	xvii
Abstrak	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.5 Sistematika Penulisan.....	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	13
2.1 <i>Entrepreneur</i>	13
2.2 <i>Theory of Planned Behavior</i>	15
2.3 <i>Entrepreneurial Event theory</i>	19
2.4 Penelitian Terdahulu.....	21
2.5 Pengembangan Hipotesis.....	27
2.5.1 <i>Attitude terhadap Perceived Desirability</i>	27

2.5.2	<i>Descriptive Norm</i> terhadap <i>Perceived Desirability</i> dan <i>Perceived Feasibility</i>	27
2.5.3	<i>Injunctive Norm</i> terhadap <i>Perceived Desirability</i> dan <i>Perceived Feasibility</i>	28
2.5.4	<i>Perceived behavioural Control</i> terhadap <i>Perceived Feasibility</i>	30
2.5.5	<i>Perceived Desirability</i> terhadap Niat	30
2.5.6	<i>Perceived Feasibility</i> terhadap Niat	31
2.6	Model Penelitian.....	33
BAB III METODE PENELITIAN		34
3.1	Populasi dan Sampel.....	34
3.2	Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	35
3.3	Definisi dan Pengukuran Variabel.....	36
3.4	Definisi Variabel.....	38
3.5	Metode Analisis Data	40
3.5.1	Model Pengukuran.....	40
3.5.1.1	Uji Validitas	40
3.5.1.2	Uji Reliabilitas.....	41
3.5.2	Model Struktural.....	41
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....		43
4.1	Demografi Responden	43
4.2	Hasil Statistik Deskriptif	44
4.3	Model Pengukuran.....	46
4.3.1	Uji Validitas.....	46
4.3.2	Uji Reliabilitas.....	53
4.4	Model Struktural.....	54
4.4.1	Koefisien Determinan.....	54

4.4.2	<i>Path Coefficient</i>	55
4.5	Pembahasan Hasil Penelitian.....	56
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		62
5.1	Kesimpulan.....	62
5.2	Keterbatasan dan Saran	63
5.2.1	Keterbatasan Penelitian	63
5.2.2	Saran	63
DAFTAR REFERENSI		65
LAMPIRAN.....		70



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3.1 Definisi Variabel	36
Tabel 3.2 Pengukuran Variabel.....	38
Tabel 4.1 Demografi Responden.....	43
Tabel 4.2 Hasil Statistik Deskriptif	44
Tabel 4.3 <i>Outer Loadings</i> Pertama	46
Tabel 4.4 <i>Outer Loadings</i> Kedua	48
Tabel 4.5 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	50
Tabel 4.6 <i>Fornell-Larcker Criterion</i>	51
Tabel 4.7 <i>Cross Loadings</i>	52
Tabel 4.8 <i>Composite Reliability</i>	53
Tabel 4.9 <i>R Square</i>	54
Tabel 4.10 <i>Path Coefficient</i>	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>Theory of Planned Behavior</i>	16
Gambar 2.2 <i>Entrepreneurial Event Theory</i>	20
Gambar 2.3 Model Penelitian	33



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Tabulasi Data Penelitian	71
LAMPIRAN 2 Hasil Penelitian	90
Lampiran 2.1 Hasil Model Pengukuran	90
Lampiran 2.2 Hasil Model Struktural	93



ABSTRACT

The study aims to determine the factors that can influence the intention of accounting students to become entrepreneurs by using Theory of Planned Behavior (TPB) and Entrepreneurial Event Theory (EET). This research used attitude, descriptive norm, injunctive norm, and perceived behavioral control variables from Theory of Planned Behavior (TPB); perceived desirability and perceived feasibility of Entrepreneurial Event Theory (EET). The sample in this study used purposive sampling and convenience sampling methods, with the criteria as a sample of accounting students at undergraduate level in Yogyakarta. Based on the criteria, a sample of 147 respondents was obtained. The results of this study indicate that the variables of perceived desirability and perceived feasibility have a significant effect on the intention to become an entrepreneur. Furthermore, attitude has a significant effect on perceived desirability, injunctive norm and perceived behavioral control have a significant effect on perceived feasibility. Meanwhile, descriptive norm and injunctive norm have no effect on perceived desirability, descriptive norm has no effect on perceived feasibility

Keywords: Theory of planned behavior, Entrepreneurial Event Theory, attitude, descriptive norm, injunctive norm, perceived behavioral control, perceived desirability, perceived feasibility, students intention to become an entrepreneur

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat memengaruhi niat mahasiswa Akuntansi untuk menjadi seorang wirausahawan dengan menggunakan *Theory of Planned Behavior (TPB)*, dan *Entrepreneurial Event Theory (EET)*. Penelitian ini menggunakan variabel *attitude*, *descriptive norm*, *injunctive norm*, dan *perceived behavioural control* dari *Theory of Planned Behavior (TPB)*; *perceived desirability* dan *perceived feasibility* dari *Entrepreneurial Event Theory (EET)*. Sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dan *convenience sampling*, dengan kriteria sampel mahasiswa Akuntansi jenjang studi Sarjana di Yogyakarta. Berdasarkan kriteria, diperoleh sampel sebanyak 147 responden. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *perceived desirability* dan *perceived feasibility* terbukti berpengaruh signifikan terhadap niat untuk menjadi seorang wirausahawan. Selanjutnya *attitude* berpengaruh signifikan terhadap *perceived desirability*, *injunctive norm* dan *perceived behavioural control* berpengaruh signifikan terhadap *perceived feasibility*. Sedangkan *descriptive norm* dan *injunctive norm* tidak berpengaruh terhadap *perceived desirability*, *descriptive norm* tidak berpengaruh terhadap *perceived feasibility*

Kata kunci: *Theory of planned Behavior, Entrepreneurial Event Theory, attitude, descriptive norm, injunctive norm, perceived behavioural control, perceived desirability, perceived feasibility, niat mahasiswa menjadi seorang entrepreneur*

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dewasa ini, masyarakat kesulitan dalam menemukan lapangan pekerjaan karena semakin majunya suatu negara kini semakin banyak orang yang terdidik, dan banyak pula orang yang menganggur (Welianto, 2020). Pengangguran dan kemiskinan masih menjadi permasalahan di Indonesia, pengangguran dan kemiskinan terjadi karena perbandingan antara jumlah penawaran kesempatan kerja tidak sebanding dengan jumlah lulusan atau penawaran tenaga kerja baru di segala level pendidikan. Hal ini menunjukkan semakin penting dunia *entrepreneur* dalam perekonomian suatu negara.

Meningkatnya jumlah penduduk Indonesia, berdampak pula pada kemiskinan dan pengangguran. Pengangguran merupakan masalah yang sering dijumpai di Negara berkembang salah satunya Indonesia. Setiap pergantian periode pemerintahan di Indonesia selalu menemui permasalahan tersebut. Sehingga cukup banyak permasalahan yang dihadapi oleh pemerintah di Indonesia ini. Tingkat pengangguran terbuka (TPT) di Indonesia pada Agustus 2020 sebesar 7,07 persen, meningkat 1,84 persen dibandingkan dengan Agustus 2019 (BPS, 2020b). Jadi penduduk Indonesia masih terjerat dalam permasalahan pengangguran.

Bappeda Kota Yogyakarta memprediksi bahwa dampak pandemi Covid-19 yang terjadi sejak Maret 2020 diperkirakan angka kemiskinan di Kota Yogyakarta meningkat (Erik Purnama Putra, 2020). Peningkatan angka pengangguran juga akan berdampak pada peningkatan angka kemiskinan. Kemiskinan di Yogyakarta diperkirakan naik sebesar 7 persen dibanding tahun lalu. Masyarakat Yogyakarta cenderung mengandalkan sektor jasa pariwisata. Padahal banyak pekerja di sektor jasa pariwisata yang harus mengalami Pemutusan Hubungan Kerja (PHK).

Tingkat pengangguran di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) hingga Februari 2020 tercatat sebesar 3,38 persen, naik 0.52 persen dibandingkan dengan Februari 2019 sebesar 2,86 persen. Pengangguran terdidik didominasi oleh lulusan SD ke bawah sebanyak 601,53ribu orang (28,81 persen), berikutnya diikuti oleh penduduk bekerja berpendidikan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) sebanyak 425,04 ribu orang (20,36 persen), berpendidikan Sekolah Menengah Pertama (SMP) sebanyak 350,00 ribu orang (16,76 persen), berpendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA) sebanyak 347,63 ribu orang (16,65 persen). Sementara itu, penduduk bekerja berpendidikan tinggi (Diploma ke atas) ada sebanyak 17,41 persen, yang mencakup 274,01 ribu orang (13,12 persen) berpendidikan Universitas dan 89,57 ribu orang (4,29 persen) berpendidikan Diploma I/II/III (BPS, 2020a). Berdasarkan data tersebut dapat dinyatakan tingkat pendidikan yang tinggi belum menjadi jaminan untuk mendapatkan pekerjaan.

Salah satu cara yang dapat dilakukan bagi individu untuk menghadapi era saat ini adalah dengan bekerja sendiri atau tidak bergantung pada instansi maupun pemerintah. Dalam hal ini, tidak dipungkiri bahwa Kewirausahaan memberikan

pengakuan dan eksploitasi peluang, yang mengarah pada penciptaan usaha baru. Kewirausahaan telah menjadi pengurangnya pengangguran dan kemiskinan, banyak Negara berkembang yang mengambil langkah untuk terjun pada kewirausahaan di kalangan masyarakat, terutama di kalangan generasi muda (Gielnik & Frese, 2013). Generasi muda diharapkan dapat menggali kemampuannya untuk berwirausaha. Karena dengan berwirausaha bisa menciptakan sebuah bisnis baru, serta mengurangi jumlah pengangguran dan meningkatkan kesejahteraan rakyat. Kewirausahaan juga dapat menambah daya tampung tenaga kerja sehingga pengangguran berkurang.

Menurut European Commission, (2013) Kewirausahaan kalangan muda terutama kalangan mahasiswa baru yang memasuki dunia dan kehidupan universitas. Banyak program universitas mendorong siswa untuk mempelajari cara-cara baru dalam mengumpulkan dan menganalisis informasi, yang selanjutnya memungkinkan mereka untuk menciptakan dan mengidentifikasi peluang, serta mengakumulasi dan memanfaatkan sumber daya untuk memanfaatkan peluang. Menurut Solomon, (2007) untuk mendorong keuntungan ekonomi yang terkait dengan penciptaan sebuah bisnis baru, pemerintah mendorong lebih banyak mahasiswa untuk mempertimbangkan wirausaha atau kepemilikan bisnis sebagai pilihan karir (selanjutnya disebut "menjadi pengusaha"). Untuk mengatasi hambatan sikap dan sumber daya dalam usaha siswa, telah terjadi pertumbuhan dalam penyampaian modul kewirausahaan oleh sekolah bisnis. Banyak studi hanya berfokus pada niat kewirausahaan di negara maju, tetapi temuan ini mungkin tidak berlaku untuk konteks ekonomi transisi.

Seorang pengusaha adalah orang yang menciptakan bisnis baru dengan berani untuk mengambil risiko dan ketidakpastian demi mencapai keuntungan dan pertumbuhan dengan cara mengidentifikasi peluang- peluang dan menggabungkan sumber daya yang diperlukan untuk mendapatkan manfaat (Scarborough & Zimmerer, 1988). Melangkah lebih jauh untuk pencapaian kesuksesan bisnis, estimasi permintaan di masa depan, penentuan kuantitas dan kualitas, penentuan biaya produksi dan harga jual yang tepat, dan pengawasan terhadap bisnis serta administrasi sangat penting bagi pemula dalam berbisnis.

Mahasiswa yang menjadi seorang pengusaha mempunyai kesempatan untuk bisa sukses dalam skala yang lebih besar karena tahu bahwa dunia digital saat ini sangat baik untuk pertumbuhan ekonomi dan bisnis mereka. Kondisi saat ini juga lebih mudah dan murah daripada sebelumnya untuk memulai suatu bisnis baru. Dukungan dari teman dan akun di sosial media sudah dapat membangun bisnis baru, maka tidak perlu modal yang besar. Mahasiswa sendiri tahu banyak orang orang diluar sana yang hidup dengan fasilitas teknologi yang ada, maka mahasiswa tahu bagaimana cara untuk memasarkan produknya di era digital seperti ini (Gasser, 2008).

Niat berwirausaha menunjukkan sejauh mana seseorang berani mencoba dan upaya seseorang untuk melakukan rencananya (Wijaya & Mada, 2008). Niat kewirausahaan merupakan suatu keadaan pikiran yang mengarahkan perhatian menuju pencarian informasi seperti memulai bisnis baru dan menjadi usaha (Moriano et al., 2012). Semakin besar niat seseorang untuk berwirausaha maka semakin besar juga kemungkinan untuk mencapai tujuan usahanya. Tingkat niat

berwirausaha dapat dilihat menggunakan *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991), hal ini terlihat pada penelitian Choukir et al., (2019); Solesvik et al., (2012); dan Yaghoubi Farani et al., (2017). Variabel yang pertama yaitu sikap perilaku adalah sejauh mana seseorang memiliki penilaian atau evaluasi menguntungkan atau tidak menguntungkan terhadap perilaku yang bersangkutan (Ajzen, 2019). Kemudian norma subyektif adalah pengaruh seseorang tentang tekanan sosial seperti keluarga, rekan kerja, teman. Ketiga adalah persepsi kontrol perilaku adalah kemampuan atau keyakinan yang dirasakan seseorang dalam melakukan tindakan.

Ada berbagai jenis norma-norma sosial membedakan secara konseptual antara norma injuntif dan deskriptif. Keluarga, teman, pasangan, dan rekan kerja menjadi tempat yang memiliki peran penting pada keyakinan, harapan dan rencana karier individu di masa depan (Boz & Ergeneli, 2014). Pola pikir kewirausahaan akan terbentuk dengan memiliki niat baik pada individu yang hidup dan tumbuh di lingkungan keluarga wirausahawan. Keyakinan Keluarga dapat mempengaruhi tindakan dalam keputusan yang diambil oleh individu tersebut, khususnya dalam memilih karier yang dipilih. *Norma injunctive* mengacu pada keyakinan mengenai sejauh mana orang lain menyetujui atau tidak menyetujui sikap positif tentang suatu perilaku (Cialdini et al., 1990). Norma injuntif biasanya dinyatakan secara eksplisit. Sedangkan *norma descriptive* mengacu pada keyakinan tentang sejauh orang lain terlibat dalam suatu perilaku (Borsari & Carey, 2003). Norma deskriptif biasanya dinyatakan secara implisit.

Norma-norma tersebut bisa memberikan pengaruh pada perilaku individu dalam menyetujui atau tidak menyetujui sesuatu yang dianggap penting.

Model lain yang telah mapan khusus dibidang kewirausahaan adalah *Theory of Entrepreneurial Event*. Menurut Shapero dan Sokol (1982) dalam Solesvik et al., (2012) terdapat dua jenis dasar persepsi dalam memandang kewirausahaan, yaitu 1) *perceived desirability*, sebagai daya tarik personal untuk memulai bisnis baru. Jadi seseorang harus percaya dalam memulai bisnis yang diinginkan akan membentuk niat kewirausahaan. 2) *perceived feasibility*, tolok ukur tentang kapabilitas pribadi berkaitan penciptaan bisnis baru. Sehingga seseorang dipengaruhi dari pengetahuan yang dimiliki, dukungan keuangan serta mitra yang akan mempengaruhi pembentukan niat kewirausahaan.

Fakultas Ekonomi jurusan akuntansi merupakan salah satu jurusan yang sering diminati oleh mahasiswa. Pendidikan perguruan tinggi diharapkan mampu menciptakan wirausahawan muda karena sangat penting dalam menumbuhkan jumlah wirausahawan. Sayangnya, minat berwirausaha pada lulusan perguruan tinggi di Indonesia masih sangat rendah (Wahyuningsih, 2009). Banyak dari lulusan perguruan tinggi menargetkan setelah lulus diharapkan mendapatkan pekerjaan di suatu instansi pemerintah dengan berbekal ilmu pengetahuan yang bersifat teoritis yang didapatkan melalui mata kuliah di awal semester. Sehingga perguruan tinggi juga harus menyiapkan mahasiswanya untuk berwirausaha. Banyak mahasiswa akuntansi setelah lulus dari perguruan tinggi memilih karir diluar bidangnya bila memiliki bakat dan keahlian dibidang lain seperti menciptakan lapangan kerja sendiri (berwirausaha).

Sekalipun mahasiswa akuntansi memiliki keunggulan dalam mencatat atau menganalisa laporan keuangan pada bisnisnya dibanding mahasiswa pada jurusan yang lain, maka menjadi seorang pengusaha menjadi salah satu alternatif yang rasional. Sehingga perguruan tinggi juga harus bisa menyiapkan mahasiswanya untuk berwirausaha. Untuk bisa mendorong mahasiswa menjadi seorang pengusaha maka harus dimunculkan niat untuk berwirausaha. Adapun faktor-faktor yang dapat memunculkan niat berwirausaha sehingga menjadi penting untuk diteliti. Penelitian (Solesvik et al., 2012) variabel *Attitude toward the behaviour* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived desirability*, *perceived behavioural control* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived feasibility*, *perceived desirability* dan *perceived feasibility* berpengaruh positif signifikan terhadap *Intention to become an entrepreneur*, sedangkan *subjective norm* tidak berpengaruh signifikan terhadap *perceived desirability* dan *perceived feasibility*. Penelitian (Ahmad et al., 2019) variabel *Attitude* dan *subjective norm* secara positif signifikan mempengaruhi *perceived desirability*, ditemukan juga bahwa *subjective norm* dan *perceived behavior control* berpengaruh positif terhadap *perceived feasibility*. Menariknya juga pada penelitian ini *perceived desirability* dan *perceived feasibility* mempengaruhi niat kewirausahaan terhadap mahasiswa yang saat ini telah terdaftar di program Sarjana Manajemen Pariwisata dan Perhotelan di Bangladesh.

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian yang dilakukan oleh Solesvik et al., (2012). Penelitian ini dimaksudkan untuk memperjelas dan mempertajam permasalahan yang berhubungan dengan faktor niat mahasiswa

untuk menjadi seorang wirausaha, disertai dengan menambahkan variabel yaitu *injunctive norm*, dan *descriptive norm*. selain itu perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah sampel yang digunakan dalam penelitian ini mahasiswa akuntansi yang kuliah di Yogyakarta. Sedangkan penelitian sebelumnya menggunakan sampel Mahasiswa sarjana ekonomi dan administrasi bisnis yang berlokasi di tiga universitas (yaitu European University, the National University of Shipbuilding and the Petro Mohyla Humanitarian University)

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan kombinasi *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991) dan *Theory of Entrepreneurial Event* (Shapero dan Sokol, 1982) dalam Solesvik et al., (2012) pada kombinasi teori tersebut relatif belum banyak dilakukan dan dalam beberapa penelitian sebelumnya masih terdapat perbedaan hasil penelitian. Model penelitian terdahulu dan hasil penelitian memaparkan kesimpulan belum tentu sesuai dengan kondisi, lokasi, model, objek, waktu, variabel, analisis, lokasi ataupun tujuan penelitiannya.

Dari fenomena tersebut, peneliti termotivasi melakukan ini karena cukup penting untuk mengetahui beberapa faktor yang mempengaruhi niat mahasiswa menjadi seorang wirausaha. Selain itu, peneliti juga ingin mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Berdasarkan hal tersebut, maka peneliti melakukan penelitian yang berjudul “**Faktor-Faktor yang Memengaruhi Niat Mahasiswa Akuntansi menjadi *Entrepreneur***”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka permasalahan yang dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah *Attitude* perilaku terhadap kewirausahaan mempunyai pengaruh pada *Perceived Desirability*?
2. Apakah *Injunctive norm* terhadap kewirausahaan mempunyai pengaruh pada *Perceived Desirability*?
3. Apakah *Descriptive norm* terhadap kewirausahaan mempunyai pengaruh pada *Perceived Desirability*?
4. Apakah *Injunctive norm* terhadap kewirausahaan mempunyai pengaruh pada *Perceived Feasibility*?
5. Apakah *Descriptive norm* terhadap kewirausahaan mempunyai pengaruh pada *Perceived Feasibility*?
6. Apakah *Perceived Behavioral Control* terhadap kewirausahaan mempunyai pengaruh pada *Perceived Feasibility*?
7. Apakah *Perceived Desirability* dan *Perceived Feasibility* mempunyai pengaruh terhadap kewirausahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, penelitian ini bertujuan untuk memperoleh bukti empiris mengenai:

1. Pengaruh *Attitude* perilaku terhadap kewirausahaan pada *Perceived Desirability*

2. Pengaruh *Injunctive norm* terhadap kewirausahaan pada *Perceived Desirability*
3. Pengaruh *Descriptive norm* terhadap kewirausahaan pada *Perceived Desirability*
4. Pengaruh *Injunctive norm* terhadap kewirausahaan pada *Perceived Feasibility*
5. Pengaruh *Descriptive norm* terhadap kewirausahaan pada *Perceived Feasibility*
6. Pengaruh *Perceived Behavioral Control* terhadap kewirausahaan pada *Perceived Feasibility*
7. Pengaruh *Perceived Desirability* dan *Perceived Feasibility* terhadap kewirausahaan

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan dilaksanakannya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi banyak pihak antara lain:

1. Bagi Mahasiswa, dapat dijadikan gambaran untuk pembuatan skripsi, khususnya berkaitan dengan faktor-faktor yang dapat mendorong niat mahasiswa untuk menjadi seorang wirausaha atau berwirausaha sesuai keahlian yang dimiliki.
2. Bagi Universitas, dapat memberikan prioritas yang tinggi pada dukungan pendidikan dan struktural serta merancang dan menerapkan metode pengajaran berwirausaha untuk menghasilkan wirausahawan di masa yang akan datang.

3. Bagi Akademisi, dijadikan sebagai bacaan dan dapat memperkaya ilmu pengetahuan khususnya faktor-faktor yang mendorong niat mahasiswa menjadi seorang wirausaha
4. Bagi Peneliti, dapat pengalaman yang berharga dan dapat menerapkan ilmu pengetahuan yang didapat selama studi ke dalam prakteknya, khususnya yang berhubungan dengan masalah penelitian tersebut.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Merupakan bab pendahuluan yang menguraikan latar belakang masalah mengenai faktor yang mendorong niat mahasiswa menjadi *entrepreneur*, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan peneliti yang akan dilakukan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Berisi tentang uraian teori yang digunakan dalam penelitian yaitu *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang meliputi sikap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Norma subjektif terbagi menjadi dua yaitu norma injungtif dan norma deskriptif. Selanjutnya teori yang digunakan yaitu *Entrepreneurial Event Theory* (EET) yang meliputi keinginan yang dirasakan dan kelayakan yang dirasakan.

BAB III METODE PENELITIAN

Merupakan bab yang menjelaskan mengenai metodologi penelitian yang digunakan meliputi populasi dan penentuan sampel, variabel penelitian, metode pengumpulan data, serta teknik analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Merupakan bab yang menjelaskan hasil dari pengolahan data yang digunakan dalam penelitian dan pembahasab yang didasarkan atas hasil analisis data.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Merupakan bab yang menjelaskan tentang kesimpulan dari hasil penelitian yang diperoleh dari pembahasan sebelumnya. Keterbatasan penelitian dan saran-saran untuk penelitian selanjutnya.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 *Entrepreneur*

Entrepreneur berasal dari bahasa perancis yang memiliki arti pengambilan kebijakan atau penentu kebijakan. Arti wirausahawan (*entrepreneur*) secara sederhana adalah orang yang (Kasmir, 2010:16). Berjiwa berani mengambil risiko berarti bermental mandiri dan berani memulai usaha tanpa ada rasa takut atau cemas sekalipun dalam kondisi tidak pasti.

Pada kamus umum bahasa indonesia *entrepreneur* adalah sebagai seseorang yang pandai dan berbakat mengenali produk baru, menentukan cara produksi baru, menyusun operasi untuk pengadaan produk baru, memasarkan serta mengukur permodalan operasinya (Jalil, 2013).

Untuk mendirikan dan mengelola usaha secara profesional seseorang harus mempunyai minat pada jiwa kewirausahaan. Minat tersebut hendaknya diikuti dengan perencanaan dan perhitungan yang matang. Misalnya, dalam hal memilih atau menyeleksi bidang usaha yang akan dijalankan sesuai dengan prospek dan kemampuan pengusaha (Kasmir, 2010:16).

Seorang wirausaha adalah orang yang menciptakan bisnis baru dengan berani untuk mengambil risiko dan ketidakpastian demi mencapai keuntungan dan pertumbuhan dengan cara mengidentifikasi peluang- peluang dan menggabungkan sumber daya yang diperlukan untuk mendapatkan manfaat (Scarborough &

Zimmerer, 1988). Melangkah lebih jauh untuk pencapaian kesuksesan bisnis, estimasi permintaan di masa depan, penentuan kuantitas dan kualitas, penentuan biaya produksi dan harga jual yang tepat, dan pengawasan terhadap bisnis serta administrasi sangat penting.

Pada dasarnya kerangka kewirausahaan mencakup dua hal penting, yaitu menentukan tujuan yang tepat dan menggambarkan strategi dalam operasi. Merakit kegiatan kerangka wirausaha seperti membangun tujuan, mengumpulkan berbagai peluang yang ada sekaligus memperkirakan waktu yang tepat untuk meluncurkan strategi yang dapat memanfaatkan peluang yang mungkin muncul (lahindah & Manurung, 2017).

Karakteristik khusus yang berhubungan dengan pengusaha menurut Scarborough & Zimmerer, (1988) terdapat delapan karakteristik kewirausahaan sebagai berikut:

1. *Desire for responsibility*, yaitu memiliki rasa tanggung jawab atas usaha-usaha yang dilakukannya. Seseorang yang memiliki rasa tanggung jawab akan selalu mandiri.
2. *Preference for moderate risk*, yaitu lebih cenderung memilih yang moderat. Selalu menghindari risiko, baik yang terlalu rendah maupun terlalu tinggi.
3. *Confidence in their ability to success*, yaitu memiliki kepercayaan untuk memperoleh kesuksesan.

4. *Desire for immediate feedback*, yaitu selalu menghendaki umpan balik pada negara.
5. *High level of energy*, yaitu memiliki semangat dan kerja keras untuk mewujudkan keinginan masa depan yang jauh lebih baik.
6. *Future orientation*, yaitu berorientasi dan memiliki perspektif dan wawasan jauh ke depan.
7. *Skill at organizing*, yaitu memiliki keterampilan dalam mengorganisasikan sumber daya untuk menciptakan nilai lebih.
8. *Value of achievement over money*, yaitu lebih menghargai prestasi dibandingkan uang.

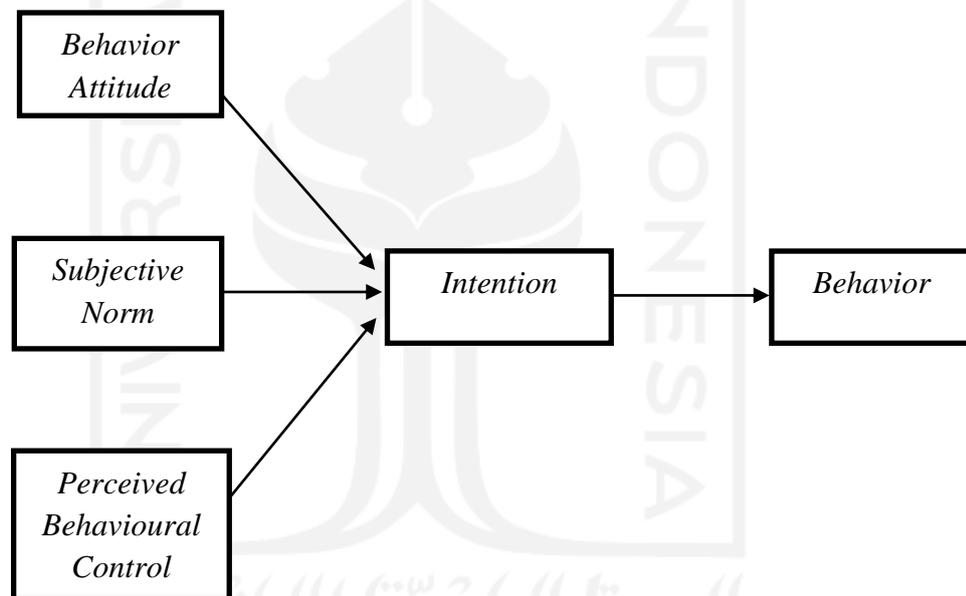
2.2 Theory of Planned Behavior

Theory of Planned Behavior (TPB) merupakan pengembangan lebih lanjut dari *Theory of Reasoned Action (TRA)*, pada teori yang dikembangkan oleh Ajzen, (1991) menambahkan sebuah konstruk yaitu *Perceived Behavior Control (PBC)* yang dipersepsikan akan mempengaruhi niat dan perilaku tersebut. *Theory of Planned Behavior (TPB)* menyatakan niat diasumsikan sebagai penangkap faktor motivasi yang mempengaruhi perilaku. Niat sendiri adalah tanda seberapa keras orang ingin mencoba, seberapa besar rencana mereka untuk melakukan suatu perilaku. Semakin tinggi niat untuk terlibat dalam perilaku, kemungkinan semakin baik kinerjanya. Niat berperilaku dipengaruhi oleh variabel sikap (*attitude*), norma subjektif (*subjective norm*), dan kontrol perilaku yang dipersepsikan (*perceived behavioral control*).

Ajzen, (2001) memaparkan melalui *Theory of Planned Behavior (TPB)* bahwa niat (intensi) mempengaruhi individu untuk melakukan suatu perilaku baik adalah fungsi dari tiga predictor utama, yaitu:

1. Sikap berperilaku (*attitude toward the behavior*)
2. Norma subjektif (*subjective norm*)
3. Persepsi pengendalian perilaku (*perceived behavioral control*)

Gambar 2.1 Theory of Planned Behavior



Sumber: “*The Theory of Planned Behavior*”, (Ajzen, 1991)

Lebih lanjut, bersama-sama, sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*), norma-norma subjektif (*subjective norms*), dan kontrol perilaku persepsian (*perceived behavioral control*) akan mempengaruhi niat perilaku (*behavioral intention*) dan selanjutnya akan menimbulkan perilaku (*behavior*) sehingga dengan mengidentifikasi sikap mahasiswa akuntansi terhadap niat

berwirausaha, norma-norma subjektif, dan kontrol perilaku persepsian akan dapat memprediksi niat mahasiswa akuntansi untuk menjadi seorang wirausaha.

Sikap terhadap perilaku (*attitude*) adalah perasaan yang dimiliki oleh individu bisa positif atau negatif dalam melakukan suatu tindakan. Sikap perilaku berkembang secara wajar pada keyakinan yang dimiliki oleh seorang mengenai objek, orang, atau peristiwa (Ajzen, 1991). Maka sikap berarti suatu keadaan neural (pikiran) dan keadaan jiwa (mental) yang diorganisir dan dipersiapkan untuk memberikan tanggapan terhadap suatu objek secara langsung dan tidak langsung. Sikap juga sebagai contributor utama dalam niat kewirausahaan di kalangan khusus kejuruan Siswa. Jadi sikap dipandang sebagai keseluruhan untuk evaluasi (Engel et al, 1995).

Menurut (Sarlito W & Meinarno, 2009) sikap adalah proses evaluasi yang memiliki sifat subjektif dan internal, yang berlangsung pada diri seseorang dan tidak dapat diamati langsung oleh siapapun. Sikap hanya bisa diketahui melalui keyakinan, perasaan perilaku seseorang terhadap objek tersebut.

Norma subjektif (*Subjective norm*) adalah persepsi individu terhadap tekanan sosial yang dirasakan untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku (Ajzen, 1991). *Subjective norm* dipengaruhi pada keyakinan dan motivasi yang mana orang lain ikut terlibat didalam kehidupannya tentang dilakukan atau tidak dilakukannya perilaku tertentu seperti keluarga, kerabat, pasangan, teman kantor. Jika orang lain menjadi titik referensi untuk mengarahkan perilaku, maka disebut dengan referents atau pemberi acuan. *Subjective norm* juga dipengaruhi

oleh keyakinan, tetapi keyakinan dari jenis yang berbeda yaitu keyakinan seseorang yang diperoleh dari penglihatan orang lain yang berhubungan dengan kekayaan normatif (*normative belief*). Norma-norma sosial membedakan secara konseptual antara *Injunctive norm* dan *Descriptive norm*. Keluarga, teman, pasangan, dan rekan kerja menjadi tempat yang memiliki peran penting pada keyakinan, harapan dan rencana karier individu di masa depan (Boz & Ergeneli, 2014). *Injunctive norm* mengacu pada keyakinan mengenai sejauh mana orang lain menyetujui atau tidak menyetujui sikap positif tentang suatu perilaku (Cialdini et al., 1990). Norma injuntif biasanya dinyatakan secara eksplisit. Sedangkan *descriptive norm* mengacu pada keyakinan tentang sejauh orang lain terlibat dalam suatu perilaku (Borsari & Carey, 2003). *Injunctive norm* biasanya dinyatakan secara implisit. Kedua jenis norma sosial ini berfungsi dalam menilai kegiatan yang dianggap dapat diterima secara sosial atau tidak dapat diterima sehingga membantu membimbing pembentukan sikap pribadi dan perilaku.

Dalam *Theory of Planned Behavior* selain variabel *attitude toward the behavior* dan *subjective norm* terdapat pula variabel lain yaitu *perceived behavior control* (persepsi tentang kontrol perilaku). *Perceived Behavior Control* atau disebut juga dengan persepsi kontrol perilaku adalah kemampuan dan keyakinan yang dirasakan pada seseorang dalam melakukan suatu tindakan perilaku (Ajzen, 1991). Keyakinan ini didasarkan dengan pengalaman yang pernah ada tentang suatu perilaku, dan juga berbagai faktor lain yang dapat meningkatkan atau menurunkan perasaan seseorang mengenai tingkat kesulitan saat melakukan suatu

perilaku. Perilaku seseorang tidak hanya dikendalikan oleh dirinya sendiri, tetapi juga membutuhkan kontrol.

Menurut Sarlito W & Meinarno, (2009) *Perceived Behavior Control* mencerminkan pengalaman yang ada dan mengantisipasi terhadap hambatan yang akan mungkin terjadi. Semakin banyak seseorang merasakan faktor pendukung dan faktor penghambatnya sedikit dalam melakukan suatu perilaku, maka lebih besar kontrol yang akan dirasakan atas perilaku tersebut dan sebaliknya, semakin sedikit seseorang merasakan faktor pendukung dan semakin banyak faktor penghambatnya, maka seseorang lebih sulit untuk melakukan perilaku tersebut.

Persepsi kontrol perilaku ini ditentukan oleh dua determinan, yaitu *control beliefs* dan *power of factor* (Ajzen, 2005).

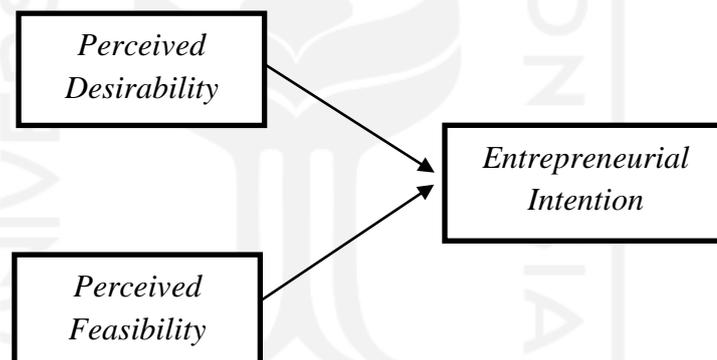
1. *Control beliefs* (Keyakinan kontrol) adalah keyakinan mengenai sumber dan kesempatan yang dibutuhkan untuk memunculkan tingkah laku. *Control beliefs* ini menjadi dasar persepsi seseorang terhadap mampu atau tidak dalam kapasitas melakukan tingkah laku.
2. *Power of factor* (Kekuatan Kontrol), yaitu persepsi individu mengenai ketersediaan sumber yang diperlukan baik untuk memunculkan tingkah laku atau untuk menghalangi terjadinya suatu tingkah laku sehingga memudahkan atau menyulitkan pemunculan tingkah laku tersebut.

2.3 Entrepreneurial Event Theory

Entrepreneurial Event Theory yang disajikan oleh Shapero dan Sokol (1982) dalam Solesvik et al., (2012) menunjukkan bahwa individu yang memiliki

keinginan dan kelayakan yang tinggi untuk menjadi seorang wirausaha dipengaruhi oleh faktor-faktor penting yang ada di sekitar mereka, seperti: keluarga, pekerjaan, pendanaan, nilai budaya, pendidikan, dan lainnya yang akan membawa mereka pada suatu perilaku. dalam proses pembentukan perilaku tersebut dapat mengalami perubahan yang disebabkan karena adanya (*trigger events*) kejadian yang memicu, ada yang bersifat positif, netral ataupun negatif. *Trigger events* yang bersifat positif akan mendorong seseorang mewujudkan tujuannya dalam niat menjadi seorang wirausaha.

Gambar 2.2 Entrepreneurial Event Theory



Sumber: “*Entrepreneurial Event Theory*”, Shapero dan Sokol (1982) dalam Solesvik et al., (2012)

Perceived desirability adalah pemikiran personal seseorang dalam memandang penciptaan usaha baru sebagai sesuatu yang menarik dan diinginkan (Krueger et al., 2000). Pemikiran ini tumbuh dari pandangan atas konsekuensi personal mengenai pengalaman kewirausahaan (misal positif atau negatif) dan tingkat dukungan dari lingkungan (keluarga, teman, pasangan). *Perceived*

desirability ini dinilai seperti *attitude* dan *subjective norm* dalam *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991).

Perceived feasibility menyatakan sejauh mana kepercayaan personal dalam memandang dirinya memiliki kemampuan dalam pengumpulan sumberdaya seperti: manusia, keuangan, nilai budaya dan lainnya untuk membangun usaha barunya sendiri ((Krueger et al., 2000). *Perceived feasibility* dinilai sama halnya dengan *perceived behavior control*. Krueger et al., (2000) Berpendapat bahwa *perceived desirability* dan *perceived feasibility* merupakan variabel yang mempengaruhi niat dalam perilaku kewirausahaan (*entrepreneurial behavioral intentions*).

2.4 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Sampel Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	(Solesvik et al., 2012)	<i>Student intentions to become self-employed: the Ukrainian context</i>	193 mahasiswa Sarjana Ekonomi dan Administrasi Bisnis di 3 Universitas di Ukraina	<i>Intention to become an entrepreneur, attitude toward the behaviour, subjective norm, perceived behavioural control, perceived desirability,</i>	<i>Attitude toward the behaviour</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>perceived desirability, perceived behavioural control</i> berpengaruh positif dan

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Sampel Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
				<i>perceived feasibility</i>	signifikan terhadap <i>perceived feasibility</i> , <i>perceived desirability</i> dan <i>perceived feasibility</i> berpengaruh positif signifikan terhadap <i>Intention to become an entrepreneur</i> , sedangkan <i>subjective norm</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap <i>perceived desirability</i> dan <i>perceived feasibility</i>
2.	(Farani et al., 2017)	<i>The role of entrepreneurial knowledge as a competence in shaping Iranian students' career intentions to start a new digital</i>	150 mahasiswa S1 ilmu komputer dari empat Universitas di Provinsi Hamedan, Iran.	<i>Entrepreneurial knowledge, digital entrepreneurial intentions, attitudes, subjective norms, perceived behavioural</i>	<i>Attitudes dan perceived behavioural control</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>digital entrepreneurial intentions</i> , <i>Entrepreneurial knowledge</i>

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Sampel Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
		<i>business</i>		<i>control</i>	berpengaruh positif signifikan dengan <i>attitudes</i> dan <i>perceived behavioural control</i> terhadap <i>digital entrepreneurial intentions</i> , sedangkan <i>subjective norm</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap <i>digital entrepreneurial intentions</i> dan <i>Entrepreneurial knowledge</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap <i>subjective norm</i> .
3.	(Ahmad et al., 2019)	<i>Entrepreneurship as a preferred career option Modelling tourism students' entrepreneurial intention</i>	137 mahasiswa yang saat ini telah terdaftar di program Sarjana Manajemen Pariwisata dan Perhotelan di Bangladesh.	<i>Entrepreneurship intention, attitude, subjective norm, perceived behavior control, perceived desirability, dan perceived</i>	<i>Attitude dan subjective norm</i> secara positif signifikan mempengaruhi <i>perceived desirability</i> , ditemukan juga bahwa <i>subjective norm</i> dan <i>perceived behavior control</i> berpengaruh

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Sampel Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
				<i>feasibility</i>	positif terhadap <i>perceived feasibility</i> . Menariknya juga pada penelitian ini <i>perceived desirability</i> dan <i>perceived feasibility</i> mempengaruhi niat kewirausahaan terhadap mahasiswa yang saat ini telah terdaftar si program Sarjana Manajemen Pariwisata dan Perhotelan di Bangladesh.
4.	(Rahmawaty, 2019)	Model Empiris Minat <i>Entrepreneurship</i> dengan Pendekatan <i>Theory of Planned Behavior</i>	225 mahasiswa STAIN Kudus	<i>Emotional intelligence</i> , sikap berwirausaha, norma subjektif, efikasi diri, minat <i>entrepreneurship</i>	Hasil penelitian tersebut menjelaskan bahwa <i>emotional intelligence</i> berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap sikap berwirausaha, <i>emotional intelligence</i> berpengaruh secara positif dan signifikan

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Sampel Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
					<p>terhadap norma subyektif, <i>emotional intelligence</i> berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap efikasi diri, sikap berwirausaha berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap efikasi diri, norma subyektif berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap efikasi diri, norma subyektif berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap efikasi diri, efikasi diri berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat <i>entrepreneurship</i> , sikap berwirausaha tidak berpengaruh terhadap minat <i>entrepreneurship</i> , dan norma subyektif berpengaruh secara positif dan signifikan</p>

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Sampel Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
					terhadap minat <i>entrepreneurship</i> .
5.	(Darman to, 2013)	Pengaruh <i>Perceived Desirability, Perceived Feasibility, Propensity To Act</i> terhadap Intensi Berwirausaha	72 mahasiswa Fakultas Ekonomi Untag Semarang yang telah mengikuti kuliah dan praktek kewirausahaan	Intensi berwirausaha, <i>perceived desirability, perceived feasibility, propensity to act</i>	Hasil penelitian ini terdapat bahwa <i>Perceived Desirability, Perceived Feasibility</i> dan <i>Propensity to Act</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap Intensi Berwirausaha.
6.	(Mirawati et al., 2016)	Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Dan Persepsi Kontrol Keperilakuan terhadap Niat Siswa Smk Di Kota Denpasar untuk Menjadi Wirausaha	100 siswa SMK kelas XII di Kota Denpasar dan mempunyai niat berwirausaha	Niat menjadi wirausaha, sikap berwirausaha, norma subjektif, persepsi kontrol keperilakuan	Variabel sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol keperilakuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat untuk menjadi wirausaha.

2.5 Hipotesis Penelitian

2.5.1 Pengaruh Attitude terhadap Perceived desirability

Berdasarkan pada teori TPB, *attitude* salah satu faktor yang dapat mempengaruhi individu untuk menjadi seorang wirausahawan. Sikap terhadap perilaku (*attitude*) adalah perasaan yang dimiliki oleh individu bisa positif atau negatif dalam melakukan suatu tindakan (Ajzen, 1991). Jika individu menilai bahwa mempunyai bisnis sesuai dengan yang diinginkan itu berharga dan membawa keuntungan tertentu, maka individu akan cenderung menjadi seorang pengusaha. *Attitude* yang mempunyai nilai positif terhadap kewirausahaan akan berdampak positif juga pada daya tarik untuk memulai bisnisnya sendiri karena *attitude* cenderung menyetujui persepsi tentang perilaku yang berkaitan dengan tujuan menjadi seorang pengusaha.

Hasil penelitian terdahulu yang meneliti variabel *attitude* adalah penelitian yang dilakukan oleh Solesvik et al., (2012), menunjukkan bahwa *attitude* memiliki pengaruh positif terhadap *perceived desirability*. Penelitian yang dilakukan oleh Ahmad et al., (2019) juga menyimpulkan bahwa *attitude* juga memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived desirability* dalam penciptaan usaha baru. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1: *Attitude* berpengaruh positif terhadap *perceived desirability*

2.5.2 Pengaruh *Descriptive norm* terhadap *perceived desirability* dan *perceived feasibility*

Descriptive norm mengacu pada keyakinan tentang sejauh mana orang lain terlibat dalam suatu perilaku (Borsari & Carey, 2003). Adanya *descriptive norm* dapat memperjelas *subjective norm* dalam memodifikasi perilaku orang lain yang terlibat dalam suatu perilaku di sekitarnya untuk menjadi seorang pengusaha. *Perceived desirability* adalah pemikiran individu dalam memandang dirinya memiliki ketertarikan untuk berwirausaha (Krueger et al., 2000). *Perceived feasibility* kepercayaan individu dalam memandang dirinya memiliki kemampuan dalam membangun bisnis barunya (Krueger et al., 2000). Oleh karena itu, jika orang lain terlibat (misal keluarga, teman atau yang lainnya) dalam suatu perilaku yang mempunyai nilai positif dalam berwirausaha akan berdampak positif juga pada ketertarikan dan kemampuan dalam individu tersebut.

Penelitian Ramayah et al., (2009) dan Chen et al., (2017) *descriptive norm* memberikan pengaruh terhadap niat suatu perilaku. Menurut Cho, (2011) personal mendapatkan dorongan dalam melakukan suatu perilaku tertentu dengan meniru orang-orang yang disekitarnya.

H2: *Descriptive norm* berpengaruh positif terhadap *perceived desirability*

H3: *Descriptive norm* berpengaruh positif terhadap *perceived feasibility*

2.5.3 Pengaruh *Injunctive norm* terhadap *perceived desirability* dan *perceived feasibility*

Injunctive norm mengacu pada keyakinan mengenai sejauh mana orang lain menyetujui atau tidak menyetujui sikap positif tentang suatu perilaku (Cialdini et al., 1990). *Injunctive norm* adalah aspek pertama dari pengaruh sosial

yang dipengaruhi melalui teman, rekan kerja, atasan, dan juga pengguna sebelumnya (Bhattacharjee, 2000). *Perceived desirability* adalah pemikiran individu dalam memandang dirinya memiliki ketertarikan untuk berwirausaha (Krueger et al., 2000). *Perceived feasibility* kepercayaan individu dalam memandang dirinya memiliki kemampuan dalam membangun bisnis barunya (Krueger et al., 2000). Dengan adanya *injunctive norm* memotivasi untuk patuh terhadap tuntutan untuk menyetujui atau tidak menyetujui dalam melakukan suatu perilaku. Oleh karena itu, jika orang lain menyetujui dengan nilai-nilai positif dalam berwirausaha akan berdampak positif juga pada ketertarikan dan kemampuan dalam memulai bisnisnya sendiri.

Hasil penelitian terdahulu yang meneliti variabel *subjective norm* adalah penelitian yang dilakukan oleh Ahmad et al., (2019) menunjukkan *subjective norm* secara positif signifikan mempengaruhi *perceived desirability* dan *perceived feasibility*. Rahmawaty, (2019) menyimpulkan norma subyektif berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat *entrepreneurship*. Selanjutnya, penelitian Mirawati et al., (2016) juga menjelaskan norma subjektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat untuk menjadi wirausaha.

Beberapa penelitian telah menggaris bawahi hasil yang beragam mengenai akibat atas pengaruh sosial terhadap niat perilaku (Aggelidis & Chatzoglou, 2009). Misalnya penelitian yang dilakukan Chaouali et al., (2016) dan Ramayah et al., (2009) *Injunctive norm* mempengaruhi pengguna terhadap niat suatu perilaku. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H4: *Injunctive norm* berpengaruh positif terhadap *perceived desirability*

H5: *Injunctive norm* berpengaruh positif terhadap *perceived feasibility*

2.5.4 Pengaruh *Perceived Behavior Control* terhadap *perceived feasibility*

Literatur yang tersedia tentang kewirausahaan menunjukkan bahwa kekuatan variabel *perceived behavior control* dalam menjelaskan personal dalam niat untuk menjadi seorang wirausaha. Ajzen, (1991) menjelaskan bahwa Persepsi kontrol perilaku atau disebut juga dengan *Perceived Behavior Control* adalah kemudahan atau kesulitan dalam melakukan suatu perilaku. Ketika menjadi seorang pengusaha itu hal yang mudah bagi individu tersebut, maka individu merasa mampu untuk menjadi seorang pengusaha

Ahmad et al., (2019) menyimpulkan bahwa *perceived behavior control* memiliki pengaruh positif terhadap *perceived feasibility*. Penelitian Solesvik et al., (2012) juga mendukung hasil tersebut. Semakin besar niat seseorang berwirausaha maka semakin besar kemungkinan untuk mencapai tujuan usahanya. Berdasarkan kesimpulan tersebut dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H6: *Perceived Behavioural Control* berpengaruh positif terhadap *Perceived Feasibility*

2.5.5 Pengaruh *perceived desirability* terhadap niat berwirausaha

Perceived Desirability dan *Perceived Feasibility* membentuk komponen motivasi yang menciptakan persepsi pengendalian internal dan eksternal dalam niat untuk menciptakan bisnisnya sendiri. *Perceived desirability* adalah pemikiran

individu dalam memandang dirinya memiliki ketertarikan untuk berwirausaha (Krueger et al., 2000). Semakin tinggi ketertarikan mahasiswa dalam berwirausaha maka niat untuk menjadi wirausahawan juga semakin tinggi. Mahasiswa dapat merasakan nilai-nilai positif yang berkaitan dengan berwirausaha.

Darmanto, (2013) mengemukakan bahwa *perceived desirability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi berwirausaha. Krueger et al., (2000) Berpendapat bahwa *perceived desirability* merupakan variabel yang mempengaruhi niat dalam perilaku kewirausahaan (*entrepreneurial behavioral intentions*). Solesvik et al., (2012) dan Drennan et al., (2005) juga mendukung hasil tersebut. Berdasarkan kesimpulan tersebut dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H7: *Perceived desirability* berpengaruh positif terhadap niat berwirausaha

2.5.6 Pengaruh *perceived feasibility* terhadap niat berwirausaha

Perceived feasibility kepercayaan individu dalam memandang dirinya memiliki kemampuan dalam membangun bisnis barunya (Krueger et al., 2000). Semakin tinggi kemampuan mahasiswa dalam berwirausaha maka niat untuk menjadi wirausahawan juga semakin tinggi. Mahasiswa dapat mengetahui sejauh mana kemampuan dalam dirinya untuk memulai bisnis barunya dengan sukses, beberapa diantaranya adalah kemampuan dalam mengatur jalannya bisnis (misal mengelola sumberdaya, keuangan dan lain sebagainya). Seseorang dapat

melakukan perilaku dengan baik dan cenderung bertindak baik terkait hal-hal yang berkaitan dengan niat berwirausaha.

Ahmad et al., (2019) menjelaskan bahwa *perceived feasibility* merupakan variabel yang mempengaruhi niat dalam perilaku kewirausahaan. Darmanto, (2013) mengemukakan bahwa *perceived feasibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi berwirausaha. Krueger et al., (2000) juga mendukung hasil tersebut. Berdasarkan kesimpulan tersebut dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

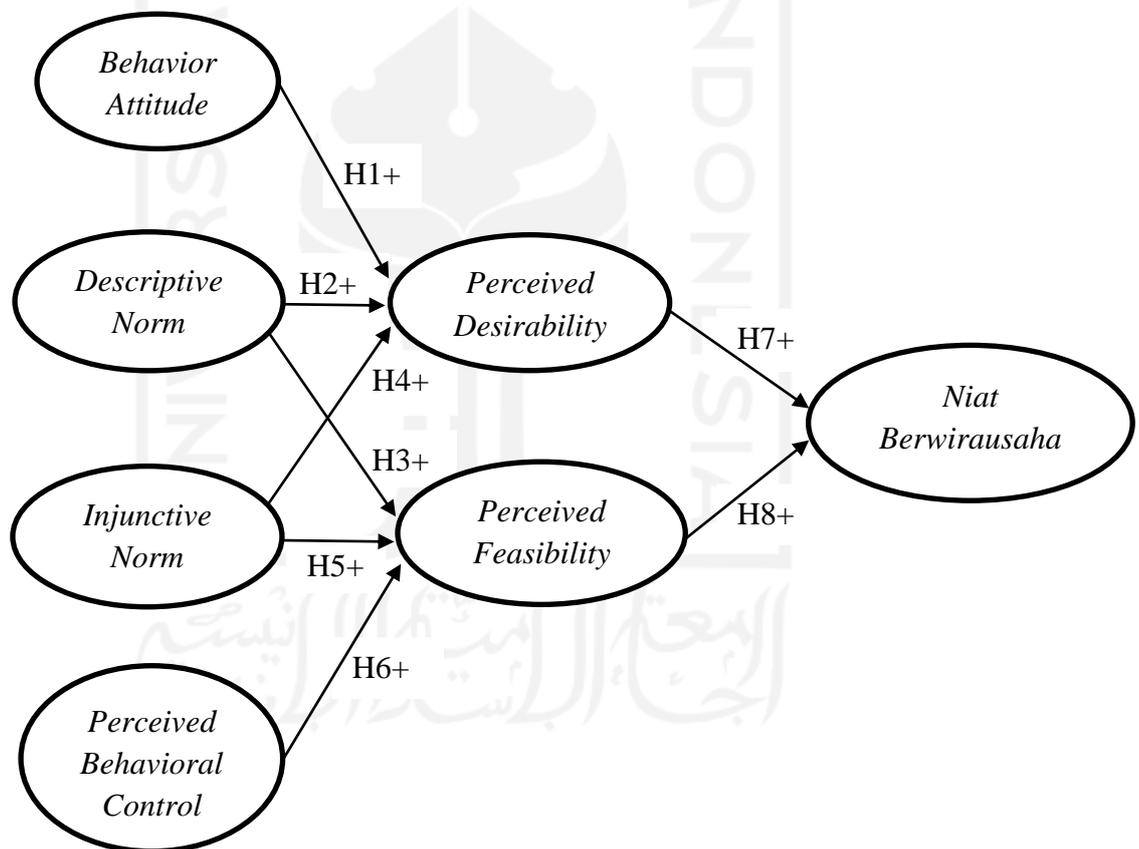
H8: *Perceived feasibility* berpengaruh positif terhadap niat berwirausaha

2.6 Model Penelitian

Untuk mempermudah arah dalam penyusunan dan penganalisaan masalah yang dihadapi pada penelitian ini, maka diperlukan suatu model penelitian yang akan memberikan gambaran penelitian untuk mencapai suatu kesimpulan.

Berdasarkan perumusan hipotesis diatas, maka model penelitian ini adalah:

Gambar 2.3 Model Penelitian



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Populasi dan Sampel

Sebelum melakukan tahapan pengolahan data terlebih dahulu melakukan pemilihan populasi. Populasi ternyata bukan hanya sekedar jumlah subyek atau obyek yang kemudian dipelajari dan diteliti. Tapi populasi juga harus menunjukkan sifat-sifat dan semua karakter yang dimiliki oleh subyek atau obyek yang akan diteliti tersebut. Jadi populasi bukan hanya orang tetapi juga obyek dan benda-benda alam lainnya populasi juga bukan sekedar hanya jumlah yang ada pada obyek atau subyek yang dipelajari, tetapi meliputi karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu (Nurdin & Hartati, 2019). Populasi penelitian ini adalah mahasiswa akuntansi pada Universitas atau Sekolah Tinggi di Yogyakarta.

Pengambilan sampel pada penelitian ini dilakukan dengan teknik *purposive sampling* dan *convenience sampling*. *Purposive sampling* adalah pengambilan sampel yang dilakukan dengan cara mengambil subyek bukan didasarkan atas strata, random, ataupun daerah, tetapi didasarkan adanya tujuan tertentu (Nurdin & Hartati, 2019). *Convenience sampling* ini terkadang dianggap sebagai ‘sampel tidak disengaja’ yaitu anggota populasi yang ditemui peneliti dan bersedia untuk menjadi responden untuk dijadikan sampel (Etikan, 2016). Teknik ini dipilih karena jumlah mahasiswa akuntansi di Universitas di Daerah Istimewa Yogyakarta tidak diketahui jumlahnya.

Untuk mempersempit ruang lingkup pada pembahasan, maka dilakukan pengambilan sampel. Sampel adalah sebagian dari karakteristik atau ciri yang dimiliki oleh suatu populasi (Nurdin & Hartati, 2019). Sampel bisa juga dikatakan bagian kecil yang diambil dari anggota populasi berdasarkan prosedur yang sudah ditentukan sehingga bisa digunakan untuk mewakili populasinya. Sampel diambil karena jumlah populasi yang terlalu besar sehingga sangat sulit jika peneliti mempelajarinya semua. Sampel penelitian ini adalah beberapa mahasiswa Sarjana akuntansi di Universitas di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY).

3.2 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini jenis data yang digunakan adalah data primer. Data primer adalah data yang diperoleh peneliti secara langsung atau dari tangan pertama (tidak melalui perantara) (Nurdin & Hartati, 2019). Contoh data primer bisa melalui kuesioner, kelompok fokus, dan panel atau bisa juga dari wawancara peneliti dengan narasumber. Data primer yang digunakan oleh peneliti yaitu kuesioner. Kuesioner merupakan daftar pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden, yaitu mahasiswa akuntansi di Universitas di Daerah Istimewa Yogyakarta dengan menggunakan Google Form. Skala yang digunakan adalah skala likert untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Keuntungan penggunaan skala likert salah satunya adalah mudah dibuat dan diterapkan. Peneliti menggunakan skala tingkat 1-6, yaitu 1 = Sangat Tidak Setuju, 2 = Tidak Setuju, 3 = Agak Tidak Setuju, 4 = Agak Setuju, 5 = Setuju, 6 = Sangat Setuju.

3.3 Definisi dan Pengukuran Variabel

Pada bagian ini diuraikan definisi variabel dependen dan variabel independen yang digunakan pada penelitian ini, yaitu:

Tabel 3.1 Definisi Variabel

Variabel	Definisi
<i>Entrepreneur</i>	orang yang menciptakan bisnis baru dengan berani untuk mengambil risiko dan ketidakpastian demi mencapai keuntungan dan pertumbuhan dengan cara mengidentifikasi peluang- peluang dan menggabungkan sumber daya yang diperlukan untuk mendapatkan manfaat (Scarborough & Zimmerer, 1988).
<i>Attitude</i>	Sikap terhadap perilaku (<i>attitude</i>) adalah perasaan yang dimiliki oleh individu bisa positif atau negatif dalam melakukan suatu tindakan. Sikap perilaku berkembang secara wajar pada keyakinan yang dimiliki oleh seorang mengenai objek, orang, atau peristiwa (Ajzen, 1991).
<i>Subjective Norm</i>	Norma subjektif (<i>Subjective norm</i>) adalah persepsi individu terhadap tekanan sosial yang dirasakan untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku (Ajzen, 1991).
<i>Injunctive Norm</i>	<i>Injunctive norm</i> mengacu pada keyakinan mengenai sejauh mana orang lain menyetujui atau tidak menyetujui sikap positif tentang suatu perilaku (Cialdini et al., 1990).
<i>Descriptive Norm</i>	<i>descriptive norm</i> mengacu pada

Variabel	Definisi
	keyakinan tentang sejauh orang lain terlibat dalam suatu perilaku (Borsari & Carey, 2003)
<i>Perceived Behavioural Control</i>	<i>Perceived Behavior Control</i> adalah kemampuan dan keyakinan yang dirasakan pada seseorang dalam melakukan suatu tindakan perilaku (Ajzen, 1991).
<i>Perceived Desirability</i>	<i>Perceived desirability</i> adalah pemikiran personal seseorang dalam memandang penciptaan usaha baru sebagai sesuatu yang menarik dan diinginkan (Krueger et al., 2000).
<i>Perceived Feasibility</i>	<i>Perceived feasibility</i> menyatakan sejauh mana kepercayaan personal dalam memandang dirinya memiliki kemampuan dalam pengumpulan sumberdaya seperti: manusia, keuangan, nilai budaya dan lainnya untuk membangun usaha barunya sendiri (Krueger et al., 2000).

Pada penelitian ini variabel dependen dan variabel independen diukur dengan menggunakan pengukuran berupa pernyataan-pernyataan yang terdapat dalam kuesioner tersebut. Pernyataan-pernyataan tersebut diadaptasi dari penelitian sebelumnya terkait kewirausahaan. Pernyataan-pernyataan tersebut, sebagai berikut:

3.4 Definisi Variabel

Variabel merupakan hal yang menjadi objek observasi didalam penelitian. Dalam penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu Variabel Dependen (variabel terikat), dan Variabel Independen (variabel bebas). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah niat menjadi *entrepreneur*. Variabel independen dari penelitian ini adalah *attitude, descriptive norm, injunctive norm, perceived behavioral control, perceived desirability, perceived feasibility*.

Tabel 3.2 Pengukuran Variabel

Variabel	Pernyataan	Referensi
Niat	Saya siap melakukan apapun untuk menjadi pengusaha	Solesvik et al., (2012)
	Tujuan profesional saya adalah menjadi seorang pengusaha	
	Saya bertekad untuk membuat usaha di masa depan	
	Saya sangat serius memikirkan untuk memulai usaha	
	Saya memiliki niat untuk memulai usaha suatu hari nanti	
Attitude	Saya memiliki niat untuk memulai usaha dalam waktu lima tahun setelah lulus	Solesvik et al., (2012)
	Menjadi seorang wirausaha lebih menguntungkan bagi saya	
	Karir sebagai seorang pengusaha menarik bagi saya	
	Jika saya memiliki kesempatan dan sumber daya, saya akan senang untuk memulai usaha	
Injunctive Norm	Menjadi seorang pengusaha akan memberi saya keputusan yang besar	Ramayah et al., (2009)
	Saya lebih suka menjadi seorang pengusaha di antara berbagai pilihan lainnya	
	Kebanyakan teman-teman saya menginginkan saya menjadi seorang pengusaha	

Variabel	Pernyataan	Referensi
	Kebanyakan anggota keluarga saya menginginkan saya menjadi seorang pengusaha	
	Kebanyakan orang-orang yang saya kenal menginginkan saya menjadi seorang pengusaha	
<i>Descriptive Norm</i>	Kebanyakan teman saya menjadi seorang pengusaha	Ramayah et al., (2009)
	Kebanyakan anggota keluarga saya menjadi seorang pengusaha	
	Kebanyakan orang yang saya kenal menjadi seorang pengusaha	
<i>Perceived Behavioural Control</i>	Jika saya mau, saya bisa dengan mudah menjadi seorang pengusaha	Solesvik et al., (2012)
	Sebagai seorang pengusaha, saya dapat mengendalikan usaha	
	Saya dapat memilih untuk menjadi seorang pengusaha atau tidak	
	Sangat sedikit yang mencegah saya untuk menjadi seorang pengusaha	
<i>Perceived Desirability</i>	Saya ingin menjadi seorang pengusaha	Solesvik et al., (2012)
	Menarik bagi saya untuk menjadi seorang pengusaha	
	Bebas untuk menentukan waktu bekerja merupakan hal yang berharga bagi saya	
	Saya merasa tertarik untuk mendirikan perusahaan sendiri (misal start-up)	
<i>Perceived Feasibility</i>	Layak bagi saya untuk menjadi seorang pengusaha	Solesvik et al., (2012)
	Menjadi seorang pengusaha merupakan pilihan yang realistis bagi saya	
	Sangat mungkin bagi saya untuk memulai usaha secara mandiri	
	Saya mampu untuk melakukan berbagai usaha untuk mewujudkan bisnis saya	

3.5 Metode Analisis Data

Pengujian hipotesis penelitian ini menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan bantuan *software* SmartPLS 3.0 dalam menganalisis pengukuran dan struktural. PLS merupakan analisis yang kuat karena tidak memerlukan asumsi yang banyak, data tidak harus terdistribusi normal, dan sampel tidak harus besar (Latan & Ghazali, 2013). Terdapat dua sub model dalam analisis PLS-SEM, yaitu model pengukuran sering disebut *outer model* digunakan untuk menentukan hubungan antara masing-masing variabel laten dengan indikator yang diamati dan model struktural sering disebut *inner model* digunakan untuk menentukan hubungan antar variabel laten (Hair et al., 2011).

3.5.1 Model Pengukuran (*Outer Model*)

Model pengukuran atau *Outer Model* ini untuk menentukan hubungan antar masing-masing variabel laten dengan indikator yang diamati serta memiliki acuan kepada model pengukuran (Hair et al., 2011). Terdapat dua pengujian dalam model pengukuran yang digunakan pada penelitian ini, yaitu:

3.5.1.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sejauh mana variabel yang dipakai benar-benar dapat mengukur apa yang seharusnya diukur. Terdapat dua macam uji validitas, yaitu validitas konvergen (*convergent validity*) dan validitas diskriminan (*discriminant validity*). Validitas konvergen (*convergent validity*) dapat dilihat berdasarkan nilai *loading factor* korelasi antar skor indikator dengan skor konstruk, semakin tinggi skor *loading factor* maka peranan loading dalam

menginterpretasikan matrik factor semakin penting (Devi et al., 2015). Validitas konvergen dapat dikatakan baik ketika *outer loading* > 0.7 atau $> 0,6$ (Hair et al., 2011). *Average variance extracted* (AVE) > 0.5 .

Selanjutnya validitas diskriminan (*discriminant validity*) digunakan untuk menilai pada cross-loading antara indikator dengan konstraknya (Devi et al., 2015). Uji validitas ini dilakukan dengan cara membandingkan akar kuadrat dari nilai AVE dengan korelasi variabel laten serta membandingkan nilai korelasi indikator konstruk yang berkaitan dengan nilai korelasi konstruk lainnya.

3.5.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menunjukkan akurasi dan konsistensi pengukuran pada variabel-variabel laten penelitian ini dalam melakukan pengukuran. Dalam uji reliabilitas pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *composite reliability* hasil *output* dari SEM-PLS, dapat dikatakan memiliki nilai yang baik apabila konstruk memenuhi nilai dari *Composite Reliability* (CR) > 0.70 (Latan & Ghazali, 2013).

3.5.2 Model Struktural (*Inner Model*)

Setelah berhasil melakukan uji validitas dan uji reliabilitas, selanjutnya melakukan pengujian model struktural atau inner model. Model struktural atau Inner Model ini untuk mengetahui hubungan antar variabel laten. Terdapat dua pengujian dalam model struktural yang digunakan pada penelitian ini, yaitu variabel laten eksogen (menggambarkan variabel dependen) dan variabel laten endogen (menggambarkan variabel independen) (Hair et al., 2011). Evaluasi

model struktural dilakukan dengan mengukur *coefficient determination* (*R-Squares*). Nilai *R-Squares* akan menjelaskan kekuatan hubungan antar variabel laten. Ketika nilai *R-Squares* adalah 0,75 maka menjelaskan model penelitian tersebut kuat, nilai *R-Squares* adalah 0,50 maka menjelaskan model penelitian tersebut sedang, dan *R-Squares* adalah 0,25 maka menjelaskan model penelitian tersebut lemah.



BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Demografi Responden

Tabel 4.1 Demografi Responden

Kategori	Frekuensi	Presentase
Jenis Kelamin		
Perempuan	113	77%
Laki-Laki	34	23%
Usia		
18–19 Tahun	22	15%
20–21 Tahun	88	60%
22–23 Tahun	35	24%
24–25 Tahun	2	1%
Semester		
1–2	11	7%
3–4	17	12%
5–6	16	11%
7–8	101	68%
9–10	1	1%
11–12	1	1%

Responden ini seluruhnya berasal dari mahasiswa Sarjana Akuntansi yang berada di Daerah Istimewa Yogyakarta. Dari tabel 4.1 di atas dapat dilihat dari jenis kelamin bahwa responden perempuan lebih banyak dibandingkan dengan laki-laki, yaitu sebanyak 113 responden perempuan sedangkan laki-laki sebanyak 34 responden. Pada kategori usia, mayoritas responden berusia sekitar 20 hingga 21 tahun dengan jumlah 88 responden, dilanjutkan dengan 35 responden berusia sekitar 22 hingga 23 tahun. Kemudian, sebesar 101 responden sedang menjalani perkuliahan pada semester 7 hingga 8 dan dilanjutkan dengan 18 responden yang sedang menjalani perkuliahan pada semester 3 hingga 4.

4.2 Hasil Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif dirancang untuk menggambarkan variabel yang akan diteliti. Pengolahan statistik deskriptif menunjukkan nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata, dan standar deviasi setiap variabel yang digunakan. Berikut ini, hasil analisis deskriptif disajikan pada Tabel berikut.

Tabel 4.2 Hasil Statistik Deskriptif

keterangan	n	minimum	maksimum	mean	std. deviation
<i>attitude</i>	147	10	30	5,098	1,003
<i>Descriptive norm</i>	147	4	18	4,229	1,302
niat	147	11	36	4,973	1,118
<i>injunctive norm</i>	147	4	18	4,519	1,241
<i>perceived behavioral control</i>	147	5	24	4,827	1,162
<i>perceived desirability</i>	147	11	24	5,335	0,878
<i>perceived feasibility</i>	147	7	24	4,901	1,036

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif pada Tabel 4.2, diketahui bahwa volume data penelitian ini sebanyak 147 responden yang disajikan dalam

nilai n. Hasil pengujian di atas menunjukkan nilai minimum, maksimum, rata-rata dan standar deviasi dari masing-masing variabel yang dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel *attitude* memiliki nilai minimum sebesar 10 dan nilai maksimum sebesar 30. Nilai rata – rata (*mean*) jawaban pada variabel ini adalah sebesar 5,098 yang menunjukkan bahwa rata – rata penilaian dari seluruh responden memberikan jawaban “setuju” berdasarkan skala kuesioner.
2. Variabel *descriptive norm* memiliki nilai minimum sebesar 4 dan nilai maksimum sebesar 18. Nilai rata – rata (*mean*) jawaban pada variabel ini adalah sebesar 4,229 yang menunjukkan bahwa rata – rata penilaian dari seluruh responden memberikan jawaban “agak setuju” berdasarkan skala kuesioner.
3. Variabel niat memiliki nilai minimum sebesar 11 dan nilai maksimum sebesar 36. Nilai rata – rata (*mean*) jawaban pada variabel ini adalah sebesar 4,973 yang menunjukkan bahwa rata – rata penilaian dari seluruh responden memberikan jawaban “setuju” berdasarkan skala kuesioner.
4. Variabel *injunctive norm* memiliki nilai minimum sebesar 4 dan nilai maksimum sebesar 18. Nilai rata – rata (*mean*) jawaban pada variabel ini adalah sebesar 4,519 yang menunjukkan bahwa rata – rata penilaian dari seluruh responden memberikan jawaban “setuju” berdasarkan skala kuesioner.

5. Variabel *perceived behavioral control* memiliki nilai minimum sebesar 5 dan nilai maksimum sebesar 24. Nilai rata – rata (*mean*) jawaban pada variabel ini adalah sebesar 4,827 yang menunjukkan bahwa rata – rata penilaian dari seluruh responden memberikan jawaban “setuju” berdasarkan skala kuesioner.
6. Variabel *perceived desirability* memiliki nilai minimum sebesar 11 dan nilai maksimum sebesar 24. Nilai rata – rata (*mean*) jawaban pada variabel ini adalah sebesar 5,335 yang menunjukkan bahwa rata – rata penilaian dari seluruh responden memberikan jawaban “setuju” berdasarkan skala kuesioner.
7. Variabel *Perceived feasibility* memiliki nilai minimum sebesar 7 dan nilai maksimum sebesar 24. Nilai rata – rata (*mean*) jawaban pada variabel ini adalah sebesar 4,901 yang menunjukkan bahwa rata – rata penilaian dari seluruh responden memberikan jawaban “setuju” berdasarkan skala kuesioner.

4.3 Model Pengukuran

4.3.1 Uji Validitas

Tabel 4.3 Outer Loadings Pertama

Variabel	<i>Outer Loadings</i>
<i>Attitude</i>	
AT1	0,863
AT2	0,824

Variabel	Outer Loadings
AT3	0,560
AT4	0,679
AT5	0,841
<i>Descriptive Norm</i>	
DN1	0,757
DN2	0,896
DN3	0,881
Niat	
ET1	0,746
ET2	0,859
ET3	0,862
ET4	0,903
ET5	0,790
ET6	0,528
<i>Injunctive Norm</i>	
IN1	0,850
IN2	0,830
IN3	0,903
<i>Perceived Behavioral Control</i>	
PBC1	0,824
PBC2	0,850
PBC3	0,611
PBC4	0,699

Variabel	<i>Outer Loadings</i>
<i>Perceived Desirability</i>	
PD1	0,901
PD2	0,922
PD3	0,779
PD4	0,718
<i>Perceived Feasibility</i>	
PF1	0,858
PF2	0,897
PF3	0,856
PF4	0,909

Berdasarkan data yang disajikan pada tabel 4.3 di atas menunjukkan nilai *outer loading* terdapat beberapa pertanyaan yang tidak memenuhi nilai untuk memenuhi uji validitas konvergen. Pertanyaan tersebut adalah ET6 (0,528) dan AT3 (0,560) dimana memiliki nilai *outer loading* kurang dari 0,6 yang berarti pertanyaan tersebut tidak valid, maka pertanyaan tersebut dikeluarkan dan dilakukan perhitungan ulang agar menghasilkan nilai yang valid seperti tabel di bawah ini.

Tabel 4.4 *Outer Loading* Kedua

Variabel	<i>Outer Loadings</i>
<i>Attitude</i>	
AT1	0,879

Variabel	Outer Loadings
AT2	0,842
AT4	0,659
AT5	0,871
<i>Descriptive Norm</i>	
DN1	0,757
DN2	0,896
DN3	0,881
Niat	
ET1	0,759
ET2	0,873
ET3	0,864
ET4	0,905
ET5	0,777
<i>Injunctive Norm</i>	
IN1	0,850
IN2	0,830
IN3	0,903
<i>Perceived Behavioral Control</i>	
PBC1	0,824
PBC2	0,850
PBC3	0,611
PBC4	0,699

Variabel	<i>Outer Loadings</i>
<i>Perceived Desirability</i>	
PD1	0,902
PD2	0,922
PD3	0,779
PD4	0,717
<i>Perceived Feasibility</i>	
PF1	0,857
PF2	0,897
PF3	0,856
PF4	0,909

Berdasarkan tabel 4.4 di atas menunjukkan pengukuran kedua setelah menghapus beberapa pertanyaan yang tidak memenuhi nilai untuk memenuhi uji validitas konvergen dan menyisakan poin-poin pertanyaan yang memberikan nilai *outer loading* lebih dari 0,6 yang artinya semua pertanyaan telah valid atau memenuhi uji validitas konvergen.

Tabel 4.5 Average Variance Extracted (AVE)

Variabel	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>
<i>Attitude</i>	0,668
<i>Descriptive Norm</i>	0,717
Niat	0,701
<i>Injunctive Norm</i>	0,742

Variabel	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>
<i>Perceived Behavioral Control</i>	0,566
<i>Perceived Desirability</i>	0,696
<i>Perceived Feasibility</i>	0,775

Tabel 4.5 menunjukkan hasil bahwa nilai *Average Variance Extracted (AVE)* setiap variabel memiliki nilai lebih dari 0,5. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa nilai AVE dalam penelitian ini dikatakan valid dan telah memenuhi uji validitas konvergen.

Tabel 4.6 *Fornell-Larcker Criterion*

	AT	DN	ET	IN	PBC	PD	PF
AT	0,818						
DN	0,456	0,847					
ET	0,761	0,323	0,837				
IN	0,695	0,622	0,568	0,861			
PBC	0,608	0,574	0,585	0,649	0,752		
PD	0,800	0,408	0,769	0,625	0,619	0,834	
PF	0,800	0,481	0,751	0,656	0,748	0,699	0,880

Tabel 4.6 di atas menunjukkan nilai dari akar kuadrat AVE pada setiap variabel lebih besar dari korelasi antara konstruk dan konstruk lainnya. Misalnya, akar kuadrat AVE dari *perceived behavioral control* sebesar 0,752 lebih tinggi daripada korelasi antara *perceived behavioral control* dengan niat sebesar 0,585.

Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa nilai tersebut telah memenuhi uji validitas diskriminan.

Tabel 4.7 Cross Loadings

	AT	DN	ET	IN	PBC	PD	PF
AT1	0,879	0,421	0,700	0,594	0,527	0,705	0,705
AT2	0,842	0,367	0,651	0,596	0,506	0,678	0,690
AT4	0,659	0,230	0,457	0,412	0,357	0,537	0,445
AT5	0,871	0,448	0,654	0,647	0,578	0,682	0,744
DN1	0,283	0,757	0,155	0,468	0,396	0,231	0,334
DN2	0,440	0,896	0,334	0,567	0,550	0,410	0,447
DN3	0,413	0,881	0,301	0,539	0,495	0,368	0,429
ET1	0,540	0,308	0,759	0,444	0,468	0,544	0,575
ET2	0,718	0,329	0,873	0,579	0,607	0,697	0,652
ET3	0,615	0,214	0,864	0,395	0,388	0,696	0,590
ET4	0,715	0,350	0,905	0,578	0,623	0,673	0,752
ET5	0,578	0,138	0,777	0,361	0,335	0,599	0,558
IN1	0,564	0,567	0,465	0,850	0,546	0,475	0,560
IN2	0,593	0,471	0,497	0,830	0,547	0,594	0,529
IN3	0,635	0,571	0,503	0,903	0,582	0,541	0,607
PBC1	0,457	0,514	0,446	0,566	0,824	0,402	0,617
PBC2	0,590	0,473	0,574	0,525	0,850	0,588	0,680
PBC3	0,248	0,266	0,278	0,307	0,611	0,341	0,363
PBC4	0,467	0,429	0,406	0,511	0,699	0,506	0,529

	AT	DN	ET	IN	PBC	PD	PF
PD1	0,803	0,448	0,795	0,663	0,589	0,902	0,746
PD2	0,766	0,364	0,756	0,590	0,574	0,922	0,695
PD3	0,530	0,245	0,478	0,412	0,471	0,779	0,430
PD4	0,484	0,252	0,429	0,333	0,397	0,717	0,342
PF1	0,695	0,362	0,651	0,558	0,645	0,624	0,857
PF2	0,756	0,418	0,672	0,529	0,681	0,654	0,897
PF3	0,643	0,410	0,608	0,598	0,579	0,550	0,856
PF4	0,719	0,497	0,707	0,626	0,719	0,630	0,909

Berdasarkan tabel 4.7 di atas terlihat bahwa nilai korelasi indikator konstruk dengan konstruk terkait lebih tinggi dari nilai korelasi dengan konstruk lainnya. Misalnya, korelasi dari konstruk *perceived behavioral control* dengan indikatornya lebih tinggi daripada korelasi indikator *perceived behavioral control* dengan konstruk lainnya. Sehingga, dapat disimpulkan nilai tersebut telah memenuhi uji validitas diskriminan.

4.3.2 Uji Reliabilitas

Tabel 4.8 Composite Reliability

Variabel	Composite Reliability
<i>Attitude</i>	0,888
<i>Descriptive Norm</i>	0,883
<i>Niat</i>	0,921
<i>Injunctive Norm</i>	0,896

<i>Perceived Behavioral Control</i>	0,837
<i>Perceived Desirability</i>	0,901
<i>Perceived Feasibility</i>	0,932

Tabel 4.8 di diketahui bahwa nilai *composite reliability* dari masing-masing variabel seluruhnya memiliki nilai $> 0,7$. Misal, konstruk *perceived behavioral control* menunjukkan nilai terkecil diantara variabel-variabel lain tetapi masih memiliki nilai di atas 0,7 yaitu sebesar 0,837. Jadi, dari hasil tersebut menunjukkan seluruh variabel tebag memenuhi nilai *composite reliability*, sehingga seluruh variabel dalam penelitian ini dapat diandalkan.

4.4 Model Struktural

4.4.1 Koefisien Determinan

Tabel 4.9 *R Square*

	<i>R Square</i>
Niat	0,680
<i>Perceived Desirability</i>	0,649
<i>Perceived Feasibility</i>	0,611

Tabel 4.9 menunjukkan tingkat *R-Square* dari *perceived desirability* adalah sebesar 64,9%. Selain itu, tingkat *R-Square* dari *perceived feasibility* adalah sebesar 61,1%. Hal ini menunjukkan bahwa model atau variabel independen yang digunakan untuk menjelaskan *perceived desirability* dan

perceived feasibility tersebut tergolong sedang. Pada variabel niat memiliki *R-Square* sebesar 68%. Hal ini juga menunjukkan bahwa seluruh variabel independen dalam penelitian ini dapat menjelaskan pengaruh terhadap niat untuk menjadi seorang pengusaha sebesar 68% dan sisanya dijelaskan oleh variabel independen lainnya.

4.4.2 Path Coefficient

Tabel 4.10 Path Coefficient

	<i>Original Sample (O)</i>	<i>T Statistics (O/STDEV)</i>	<i>P Values</i>	Keputusan
AT -> PD	0,706	9,987	0,000	Diterima (H1)
DN -> PD	0,004	0,064	0,949	Ditolak (H2)
DN -> PF	-0,039	0,399	0,690	Ditolak (H3)
IN -> PD	0,131	1,461	0,145	Ditolak (H4)
IN -> PF	0,313	3,416	0,001	Diterima (H5)
PBC -> PF	0,567	7,599	0,000	Diterima (H6)
PD -> ET	0,478	6,293	0,000	Diterima (H7)
PF -> ET	0,416	5,378	0,000	Diterima (H8)

Pada tabel 4.10 terlihat bahwa antar variabel memiliki hubungan positif atau negatif sesuai dengan pengembangan hipotesis. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa *perceived desirability* dan *perceived feasibility* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat untuk memulai berwirausaha.

Pada tabel 4.10 terlihat juga bahwa *attitude* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *perceived desirability*. *Injunctive norm* dan *perceived behavioral control* memiliki pengaruh signifikan terhadap *perceived feasibility*. Sedangkan, *descriptive norm* dan *injunctive norm* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *perceived desirability*. *Descriptive norm* juga tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *perceived feasibility*.

4.5 Pembahasan Hasil Penelitian

Hasil penelitian yang sudah dilakukan menunjukkan bahwa *perceived desirability* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap niat untuk menjadi seorang pengusaha. Penelitian ini mendukung *Entrepreneurial Event Theory* yang diusulkan Shapero dan Sokol (1982) dalam Solesvik et al., (2012) yang mengatakan *perceived desirability* memiliki pengaruh positif terhadap niat berwirausaha. Penelitian ini sesuai dengan Darmanto, (2013), Drennan et al., (2005), Krueger et al., (2000), Solesvik et al., (2012). Keinginan yang dirasakan mengacu sejauh mana mahasiswa merasa tertarik pada perilaku tersebut, dalam konteks ini menjadi seorang pengusaha. Hal ini mengartikan bahwa mahasiswa akuntansi memiliki ketertarikan dalam berwirausaha, maka mahasiswa juga memiliki niat untuk menjadi seorang pengusaha. Semakin tinggi ketertarikan mahasiswa dalam berwirausaha, maka niat untuk menjadi seorang pengusaha akan semakin tinggi juga. Oleh karena itu, dosen perlu memberikan pemahaman kepada mahasiswa bahwa menjadi seorang pengusaha perlu memiliki keinginan bukan paksaan dari dirinya sehingga muncul ketertarikan untuk berwirausaha. Dengan begitu, mahasiswa juga seharusnya mempunyai keinginan dan manfaat

yang dirasakan karena merupakan kunci yang penting bagi seseorang mendorong niat berwirausaha.

Variabel selanjutnya dalam EET, yaitu *perceived feasibility* juga memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap niat untuk menjadi seorang pengusaha. Hasil penelitian ini sesuai dengan Darmanto, (2013), Krueger et al., (2000), Solesvik et al., (2012). Hal ini berarti bahwa mahasiswa akuntansi memiliki kemampuan untuk menjalankan usaha dengan baik, maka mahasiswa merasa layak untuk menjadi seorang pengusaha. Seorang mahasiswa memutuskan untuk berwirausaha tergantung keyakinan atas kemampuan dalam mengelola sumber daya yang dimiliki seperti: manusia, keuangan, nilai budaya dan lainnya untuk membangun usaha barunya sendiri. maka perlu adanya kemampuan dalam mengelola sumber daya yang baik agar mampu membangun usahanya. Semakin tinggi kemampuan untuk berwirausaha maka akan semakin tinggi niat untuk mewujudkan menjadi seorang pengusaha. Oleh karena itu, tentunya perlu ada pelatihan yang diberikan oleh pihak-pihak terkait, seperti dosen terhadap mahasiswa bahwa memulai pendidikan kewirausahaan di perguruan tinggi dapat melatih kemampuan dalam berwirausaha yang pada tahap awal belum benar-benar ahli dalam bisnis, seiring berjalannya waktu dengan proses belajar mahasiswa akan merasa layak untuk menjadi seorang pengusaha.

Hasil dari *attitude* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap *perceived desirability*. Hal ini sesuai dengan Ahmad et al., (2019) dan Solesvik et al., (2012). Hal ini sejalan dengan theory planned behavior yang diungkapkan oleh Ajzen, (1991) bahwa sikap terhadap perilaku memiliki pengaruh pada niat

seseorang dalam mengambil keputusan. Berarti menunjukkan mahasiswa akuntansi menilai bahwa memiliki bisnis yang sesuai dengan keinginannya adalah suatu hal yang berharga, maka individu cenderung memiliki ketertarikan untuk menjadi seorang pengusaha. Mahasiswa merasa tertarik dan percaya diri bahwa menjadi seorang pengusaha menguntungkan dan memberikan kepuasan yang besar. Semakin tinggi *attitude* yang dimiliki seorang mahasiswa, maka akan semakin tinggi juga keinginan yang terbentuk untuk menjadi seorang pengusaha. Oleh karena itu, program studi perlu mensosialisasikan kepada mahasiswa mengenai pentingnya perilaku dalam pengambilan keputusan untuk mencapai kesuksesan dalam berwirausaha. Dengan begitu, mahasiswa akan menyadari bahwa berperilaku yang etis dapat meningkatkan daya tarik kewirausahaan jika membagikan pengetahuan dan pengalaman yang positif dalam berwirausaha (Wilson et al., 2007).

Perceived behavioral control juga memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap *perceived feasibility*. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Ahmad et al., (2019), dan Solesvik et al., (2012). Hal ini berarti mahasiswa akuntansi menilai bahwa menjadi seorang pengusaha itu adalah hal yang mudah baginya, maka mahasiswa merasa mampu untuk menjadi seorang pengusaha. Kemudahan dapat diperoleh dari kemampuan yang dimiliki mahasiswa tersebut. Semakin tinggi kemudahan yang didapatkan oleh mahasiswa, maka akan semakin tinggi juga kemampuan untuk memulai usahanya. Tanpa adanya kemampuan, mahasiswa akan lebih sulit untuk berkembang dalam suatu tindakan. Dalam berwirausaha dibutuhkan juga keyakinan akan kemampuan

dalam mengambil keputusan, melihat peluang, berani dalam bersaing, menghadapi tantangan, mengambil resiko, dan lainnya. Bahkan, mahasiswa dengan mudah untuk menjadi seorang pengusaha karena mencerminkan dengan pengalaman yang pernah ada serta mengantisipasi terhadap hambatan dan rintangan yang akan dihadapi.

Variabel independen lain yang memiliki pengaruh signifikan terhadap *perceived feasibility*, yaitu *injunctive norm*. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa *injunctive norm* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap *perceived feasibility* dan hasil penelitian sesuai dengan yang dilakukan oleh Chaouali et al., (2016) dan Ramayah et al., (2009). Hal ini menunjukkan bahwa orang-orang terdekat (seperti keluarga, teman) menyetujui mahasiswa akuntansi untuk menjadi seorang pengusaha, maka mahasiswa akuntansi semakin merasa memiliki kemampuan untuk menjadi seorang pengusaha. Faktor lingkungan beranggapan bahwa mahasiswa tersebut harus menjadi seorang pengusaha, sehingga kemampuan mahasiswa untuk memulai usaha barunya akan semakin tinggi karena mendapatkan persetujuan. Pendapat orang-orang terdekat bagi mahasiswa yang ingin menjadi seorang pengusaha sangat dibutuhkan agar kemampuan mahasiswa dalam memulai usaha barunya semakin tinggi. Semakin tinggi memperoleh persetujuan dari orang-orang terdekat, maka kemampuan mahasiswa untuk memulai usaha barunya akan semakin tinggi. Oleh karena itu, orang sekitar perlu konsisten terhadap tuntutan dalam persetujuan agar mahasiswa merasa memiliki kemampuan dan layak untuk menjadi seorang pengusaha.

Selanjutnya, hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *injunctive norm* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *perceived desirability*. Hasil penelitian ini sesuai dengan yang diteliti oleh Setianagara, (2019). Pengaruh yang tidak signifikan ini disebabkan oleh responden yang merupakan mahasiswa akuntansi kurang mendapatkan dorongan atau motivasi dari orang-orang terdekat seperti: keluarga, teman, dan yang lainnya dalam persetujuan menjadi seorang pengusaha dan menjadikannya ketertarikan itu belum muncul pada diri mahasiswa tersebut. Maka, tidak muncul ketertarikan mahasiswa akuntansi untuk menjadi seorang pengusaha. Oleh karena itu, orang-orang terdekat perlu memberikan persetujuan kepada mahasiswa untuk menjadi seorang pengusaha agar daya tarik terhadap wirausaha muncul pada diri mahasiswa, sehingga dapat memulai usaha barunya.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *descriptive norm* juga tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *perceived desirability* dan *perceived feasibility*. Hasil dari penelitian ini sesuai dengan Chaouali et al., (2016). Hal ini berarti mahasiswa merasa bahwa melihat orang-orang terdekat yang terlibat dalam kewirausahaan seperti: keluarga, teman, dan yang lainnya menjadi seorang pengusaha itu tidak mudah harus berani dalam beraing, mengambil resiko, menghadapi rintangan. Mahasiswa juga perlu melihat pengalaman kewirausahaan oleh orang-orang terdekat agar daya tarik dan kemampuan untuk memulai usaha itu tinggi. Namun, Pada kehidupan yang nyata memulai bisnis yang sudah banyak dilakukan oleh orang lain disekitarnya, maka akan membuat persaingan itu lebih sulit. Dalam hal ini, tentunya perlu adanya

kemampuan yang baik serta daya tarik pada kewirausahaan yang tinggi agar dapat menjadi seorang pengusaha yang siap menghadapi berbagai permasalahan yang terjadi pada kewirausahaan tersebut. Oleh karena itu, dosen perlu memberikan edukasi kepada mahasiswa mengenai pengetahuan kewirausahaan. Dengan begitu, mahasiswa memiliki kemampuan yang baik serta keinginan untuk berwirausaha, sehingga muncul daya tarik mahasiswa menjadi seorang pengusaha.



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini menggabungkan *Theory of Planned Behavior (TPB)* dan *Entrepreneurial Event Theory (EET)* untuk menjelaskan faktor-faktor yang dapat mendorong niat mahasiswa akuntansi di Yogyakarta untuk menjadi seorang pengusaha. Model penelitian diuji dengan 8 (delapan) hipotesis. Penelitian tentang niat berwirausaha telah berkembang pada faktor latar belakang, seperti sikap, lingkungan, perasaan yang berperan dalam mendorong niat berwirausaha. Setelah dilakukan penelitian mahasiswa aktif di Yogyakarta memiliki ketertarikan untuk menjadi seorang pengusaha dan mempunyai kemampuan untuk menjalankan usahanya dengan baik.

Berdasarkan penilaian yang diberikan oleh responden, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel *perceived desirability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat
2. Variabel *perceived feasibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat
3. Variabel *attitude* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived desirability*
4. Variabel *perceived behavioral control* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived feasibility*

5. Variabel *injunctive norm* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived feasibility*
6. Variabel *injunctive norm* tidak memiliki pengaruh terhadap *perceived desirability*
7. Variabel *descriptive norm* tidak memiliki pengaruh terhadap *perceived desirability*
8. Variabel *descriptive norm* tidak memiliki pengaruh terhadap *perceived feasibility*

5.2 Keterbatasan dan Saran

5.2.1 Keterbatasan Penelitian

Adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mayoritas sampel pada penelitian ini adalah perempuan, sehingga bisa jadi hasil dari penelitian ini hanya mencerminkan dari sisi gender perempuan.
2. Penelitian ini belum mempertimbangkan variabel moderasi yang bisa jadi mempengaruhi model penelitian.

5.2.2 Saran

1. Bagi peneliti selanjutnya
 - a. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menyeimbangkan sampel laki-laki maupun perempuan sehingga dapat mencerminkan kondisi yang sebenarnya.

- b. Peneliti selanjutnya bisa menggunakan variabel moderasi seperti: umur, jenis kelamin, pengalaman atau variabel lain yang relevan untuk diteliti.



DAFTAR REFERENSI

- Aggelidis, V. P., & Chatzoglou, P. D. (2009). Using a modified technology acceptance model in hospitals. *International Journal of Medical Informatics*, 78(2), 115–126. <https://doi.org/10.1016/j.ijmedinf.2008.06.006>
- Ahmad, N. H., Ramayah, T., Mahmud, I., Musa, M., & Anika, J. J. (2019). Entrepreneurship as a preferred career option: Modelling tourism students' entrepreneurial intention. *Education and Training*, 61(9), 1151–1169. <https://doi.org/10.1108/ET-12-2018-0269>
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. <https://doi.org/10.1080/10410236.2018.1493416>
- Ajzen, I. (2001). Nature and Operation of Attitudes. *Annual Review of Psychology*, 27–58.
- Ajzen, I. (2005). *attitude, personality and behavior* (second edi). library of congress cataloging. [https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=dmJ9EGEy0ZYC&oi=fnd&pg=PP1&dq=Ajzen,+I.+\(2005\).+Attitudes,+Personality+and%3B+Behaviour.&ots](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=dmJ9EGEy0ZYC&oi=fnd&pg=PP1&dq=Ajzen,+I.+(2005).+Attitudes,+Personality+and%3B+Behaviour.&ots)
- Ajzen, I. (2019). *TPB Questionnaire Construction Constructing a Theory of Planned Behaviour Questionnaire*. 1–7. <http://people.umass.edu/~ajzen/pdf/tpb.measurement.pdf>
- Bhattacharjee, A. (2000). Acceptance of e-Commerce Services: The Case of Electronic Brokerages. *Systems, Man and Cybernetics, Part A: IEE Transactions On Systems, Man, and Cybernetics*, 30(4), 411–420.
- Borsari, B., & Carey, K. B. (2003). Descriptive and injunctive norms in college drinking: A meta-analytic integration. *Journal of Studies on Alcohol*, 64(3), 331–341. <https://doi.org/10.15288/jsa.2003.64.331>
- 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>
- BPS. (2020a). *Keadaan Ketenagakerjaan Yogyakarta Februari 2020*. <https://yogyakarta.bps.go.id/pressrelease/2020/05/05/1062/keadaan-ketenagakerjaan-yogyakarta-februari-2020.html>
- BPS. (2020b). *Tingkat Pengangguran Terbuka(TPT)*. <https://www.bps.go.id/pressrelease/2020/11/05/1673/agustus-2020--tingkat-pengangguran-terbuka--tpt--sebesar-7-07-persen.html>

- Chaouali, W., Yahia, I. Ben, Charfeddine, L., & Triki, A. (2016). Understanding citizens' adoption of e-filing in developing countries: An empirical investigation. *Journal of High Technology Management Research*, 27(2), 161–176. <https://doi.org/10.1016/j.hitech.2016.10.006>
- Chen, C. X., Nichol, J. E., & Zhou, F. H. (2017). The Effect of Incentive Framing and Descriptive Norms on Internal Whistleblowing. *Contemporary Accounting Research*, 34(4), 1757–1778. <https://doi.org/10.1111/1911-3846.12325>
- Cho, H. (2011). Intersections théoriques des influences sociales, des croyances et des intentions dans le contexte des services mobiles 3G à Singapour: décomposer la perception de masse critique et les normes subjectives. *Journal of Communication*, 61(2), 283–306. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2010.01532.x>
- Choukir, J., Aloulou, W. J., Ayadi, F., & Mseddi, S. (2019). Influences of role models and gender on Saudi Arabian freshman students' entrepreneurial intention. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 11(2), 186–206. <https://doi.org/10.1108/IJGE-08-2018-0083>
- Cialdini, R. B., Reno, R. R., & Kallgren, C. A. (1990). A Focus Theory of Normative Conduct: Recycling the Concept of Norms to Reduce Littering in Public Places. *Journal of Personality and Social Psychology*, 58(6), 1015–1026. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.58.6.1015>
- Darmanto, S. (2013). Pengaruh Perceived Desirability, Perceived Feasibility, Propensity To Act terhadap Intensi Berwirausaha,. *Jurnal Ilmiah Dinamika Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2), 85–98.
- Devi, B., Hoyyi, A., & Mukid, M. (2015). Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen Pada Layanan Internet Speedy Di Kota Semarang Menggunakan Partial Least Square (Pls). *Jurnal Gaussian*, 4(3), 485–495.
- Drennan, J., Kennedy, J., & Renfrow, P. (2005). Impact of Childhood Experiences on the Development of Entrepreneurial Intentions. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 6(4), 231–238. <https://doi.org/10.5367/000000005775179801>
- Engel, J. F., & et al. (1995). *Perilaku Konsumen*. Binarupa Aksara.
- Erik Purnama Putra. (2020). *Kemiskinan di Yogyakarta Meningkat akibat Covid-19*. Republika. <https://republika.co.id/berita/qcmk99484/kemiskinan-di-yogyakarta-meningkat-akibat-pandemi-covid19>
- Etikan, I. (2016). Comparison of Convenience Sampling and Purposive Sampling. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*, 5(1), 1. <https://doi.org/10.11648/j.ajtas.20160501.11>

- European Commission. (2013). ENTREPRENEURSHIP 2020 ACTION PLAN Reigniting the entrepreneurial spirit in Europe. *COM (2012) 795 Final, Brussels, 9 January 2013*, 1–33. <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52012DC0795&from=EN>
- Farani, A. Y., Karimi, S., & Motaghd, M. (2017). The role of entrepreneurial knowledge as a competence in shaping Iranian students' career intentions to start a new digital business. *European Journal of Training and Development, 41*(1), 83–100. <https://doi.org/10.1108/EJTD-07-2016-0054>
- Gasser, J. P. A. U. (2008). *BORN DIGITAL*.
- Gielnik, M. M., & Frese, M. (2013). Entrepreneurship and poverty reduction: Applying I-O psychology to microbusiness and entrepreneurship in developing countries. In *Using Industrial-Organizational Psychology for the Greater Good: Helping those who Help others* (pp. 394–438). <https://doi.org/10.4324/9780203069264>
- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a silver bullet. *Journal of Marketing Theory and Practice, 19*(2), 139–152. <https://doi.org/10.2753/MTP1069-6679190202>
- Jalil, A. (2013). *Spiritual Entrepreneurship: Transformasi Spiritualitas Kewirausahaan*. LKIS Yogyakarta.
- Kasmir. (2010). *Kewirausahaan*. Rajagrafindo Persada.
- Krueger, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing, 15*(5), 411–432. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(98\)00033-0](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(98)00033-0)
- lahindah, laura, & Manurung, S. P. (2017). The Influence of Entrepreneurial Mindset Towards Product Innovation: (Case Study on Mom's Bakery in Bandung). *SSRN Electronic Journal, May 2016*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2877505>
- Latan, H., & Ghozali, I. (2013). *Partial Least Square: Konsep, Teknik dan Aplikasi SmartPLS 2.0 M3*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Mirawati, N. M., Wardana, I. M., & Sukaatmadja, I. P. G. (2016). Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Dan Persepsi Kontrol Keperilakuan, Terhadap Niat Siswa SMK Di Kota Denpasar Untuk Menjadi Wirausaha. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana, 7*(5), 1981–2010.
- Moriano, J. A., Gorgievski, M., Laguna, M., Stephan, U., & Zarafshani, K. (2012). A Cross-Cultural Approach to Understanding Entrepreneurial Intention. *Journal of Career Development, 39*(2), 162–185. <https://doi.org/10.1177/0894845310384481>

- Nurdin, I., & Hartati, S. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial* (Lutfiah (ed.)). Penerbit Media Sahabat Cendekia.
- Rahmawaty, A. (2019). Model Empiris Minat Entrepreneurship Dengan Pendekatan Theory of Planned Behavior. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah*, 7(1), 64. <https://doi.org/10.21043/equilibrium.v7i1.4644>
- Ramayah, T., Rouibah, K., Gopi, M., & John, G. (2009). Computers in Human Behavior A decomposed theory of reasoned action to explain intention to use Internet stock trading among Malaysian investors. *Computers in Human Behavior*, 25(6), 1222–1230. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2009.06.007>
- Sarlito W, S., & Meinarno, E. A. (2009). *Psikologi Sosial*. Penerbit Salemba Humanika.
- Scarborough, N. M., & Zimmerer, T. W. (1988). *Compensation & Benefits Review from The Entrepreneur 's Guide to ESOPs. March 1988*.
- Setianagara, M. I. (2019). Perilaku Kedermawanan Muslim Di Indonesia Studi Mengenai Intensi Dan Perilaku Bersedekah. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*, 13(1), 1–16. <http://jurnal.stiepas.ac.id/index.php/jebe/article/view/254>
- Solesvik, M. Z., Westhead, P., Kolvereid, L., & Matlay, H. (2012). Student intentions to become self-employed: The Ukrainian context. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 19(3), 441–460. <https://doi.org/10.1108/14626001211250153>
- Solomon, G. (2007). An examination of entrepreneurship education in the United States. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 14(2), 168–182. <https://doi.org/10.1108/14626000710746637>
- Suryana. (2006). *KEWIRAUSAHAAN Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses* (Edisi tiga). Penerbit Salemba.
- Wahyuningsih, S. (2009). Peranan UKM Dlam Perekonomian Indonesia. *Jurnal Ilmu - Ilmu Pertanian*, 5(1), 1–14.
- Welianto, A. (2020). *Masalah Ketenagakerjaan di Indonesia*. Kompas.Com. <https://www.kompas.com/skola/read/2020/07/14/154500069/masalah-ketenagakerjaan-di-indonesia?page=all>
- Wijaya, T., & Mada, U. G. (2008). Kajian Model Empiris Perilaku Berwirausaha UKM DIY dan Jawa Tengah. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan (Journal of Management and Entrepreneurship)*, 10(2), 93-104–104. <https://doi.org/10.9744/jmk.10.2.pp.93-104>
- Wilson, F., Kickul, J., & Marlino, D. (2007). Gender, Entrepreneurial Self-Efficacy, and Entrepreneurial Career Intentions: Implications for

Entrepreneurship Education. *Journal of Career Development*.





LAMPIRAN 1

Tabulasi Data Penelitian

No	ET1	ET2	ET3	ET4	ET5	ET6	AT1	AT2	AT3	AT4	AT5	IN1	IN2	IN3	DN1	DN2	DN3	PBC1	PBC2	PBC3	PBC4
1	6	5	6	6	6	6	5	5	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	5
2	5	5	6	5	6	2	5	6	6	6	6	4	6	6	5	6	6	6	6	6	6
3	4	4	5	5	5	5	5	6	5	5	5	4	4	4	4	2	3	5	5	5	5
4	6	6	6	6	6	6	5	6	6	5	5	3	6	3	3	3	3	5	5	6	4
5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	3	3	5	4	5	3	3	3	4	5	5
6	5	5	6	5	6	6	4	6	6	6	4	3	5	3	4	3	3	1	4	4	4
7	5	6	5	4	5	5	5	5	5	4	4	3	3	4	2	2	3	2	4	5	4
8	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	4	6	6	5	6	6	6
9	4	5	6	4	5	5	4	5	6	4	3	3	3	4	4	2	3	5	5	6	4
10	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	5	6	5	4	5	5	6	5	5	4
11	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	3	5	5	5	5	4	6	5	5	5
12	5	4	6	5	6	4	5	6	5	6	5	4	5	6	5	4	5	4	5	6	4
13	6	6	6	6	6	4	6	5	6	6	6	5	6	6	3	6	5	6	6	5	6
14	5	4	6	5	6	3	5	4	6	5	4	4	4	3	3	2	3	4	3	5	5
15	5	4	6	5	5	6	4	4	6	4	4	2	2	4	4	2	3	2	4	4	4
16	5	5	6	5	6	5	5	6	6	6	6	2	3	4	3	4	3	4	5	4	4
17	5	6	5	6	6	1	5	6	6	6	6	4	6	5	3	3	2	5	5	6	6
18	4	2	2	2	3	2	2	3	5	4	2	2	3	2	4	2	2	2	4	5	2

No	ET1	ET2	ET3	ET4	ET5	ET6	AT1	AT2	AT3	AT4	AT5	IN1	IN2	IN3	DN1	DN2	DN3	PBC1	PBC2	PBC3	PBC4
19	6	6	6	6	6	6	4	4	5	5	3	3	5	4	4	3	4	5	5	6	6
20	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	3	6	6	4	2	4	6	6	6	5
21	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	3	6	4	6	6	6	1
22	3	2	5	3	5	5	3	3	5	4	2	3	6	3	5	4	5	3	4	5	5
23	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
24	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5
25	6	5	6	6	6	6	5	5	6	6	5	5	5	5	6	5	5	6	6	5	5
26	5	5	5	4	6	5	5	5	5	5	5	3	5	4	4	4	2	2	5	5	5
27	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	3	6	6	4	2	4	6	6	6	5
28	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	5	5	2	4	5	5	6	5
29	5	5	5	6	6	3	6	6	6	5	6	5	3	5	6	6	6	3	5	6	6
30	6	5	6	6	5	1	3	5	6	5	2	2	5	2	2	2	2	3	5	6	6
31	5	5	6	5	6	2	5	6	6	6	6	4	6	6	5	6	6	6	6	6	6
32	4	2	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	5	4
33	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	4	6	2	1	5	6	6	6	4
34	4	2	4	2	4	5	3	5	5	5	4	3	2	3	3	3	3	2	5	4	2
35	5	5	6	5	5	6	5	4	5	6	3	2	4	4	4	2	4	3	5	5	1
36	5	4	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	6	5	5	6	6	6	6	6	6
37	5	5	6	5	6	6	5	6	6	6	6	4	6	5	5	3	4	4	4	5	4
38	5	5	6	5	6	6	5	6	6	6	6	4	6	5	5	3	4	4	4	5	4
39	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	4	5	5	4	5	4	3	5	5	5
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	6	4	4	4	6	5
41	4	2	4	2	3	1	2	2	5	6	2	1	3	1	2	1	1	3	2	6	2

No	ET1	ET2	ET3	ET4	ET5	ET6	AT1	AT2	AT3	AT4	AT5	IN1	IN2	IN3	DN1	DN2	DN3	PBC1	PBC2	PBC3	PBC4
65	4	6	6	6	6	6	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	6	6	5
66	6	6	6	6	6	5	6	5	6	6	5	5	5	5	6	6	5	5	5	4	3
67	4	5	6	6	6	3	6	6	6	5	4	5	6	6	5	5	5	5	5	5	5
68	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	4	5	5	4	5	4	3	5	5	5
69	3	5	6	5	6	4	5	6	6	5	4	4	6	6	3	4	3	5	6	6	6
70	3	5	5	4	5	3	6	6	6	6	5	4	5	4	3	3	5	3	4	5	5
71	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	2	5	4	2	3	3	3	4	4	3
72	3	2	3	3	3	3	3	3	4	4	2	2	3	3	4	2	4	2	3	4	3
73	5	5	5	6	6	6	5	5	5	5	4	5	6	5	5	3	5	4	5	6	5
74	5	3	6	5	6	5	4	4	5	3	3	3	2	3	4	3	1	5	4	6	1
75	4	5	5	5	5	6	6	6	6	5	6	3	4	4	4	6	5	5	5	6	4
76	5	4	5	5	5	5	5	4	6	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4
77	6	6	6	6	6	1	6	6	2	6	6	1	6	4	6	6	6	4	6	6	6
78	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	3	3	3	3	4	4	4
79	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	4	5	5	3	4	5	6	6	4
80	4	5	6	6	5	3	5	4	6	6	6	4	5	5	2	5	6	6	6	6	5
81	4	4	5	5	5	5	4	5	6	6	4	4	4	4	4	3	3	4	5	5	5
82	5	4	6	5	6	6	6	6	6	5	3	3	5	4	4	3	3	3	5	5	4
83	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
84	5	3	3	3	3	3	5	5	6	5	5	5	6	6	5	6	6	4	4	6	4
85	4	3	5	3	6	6	4	3	5	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2
86	4	5	6	6	6	6	5	6	6	5	3	4	5	4	4	3	4	4	5	6	6
87	3	2	4	3	4	5	4	5	5	4	2	2	3	4	4	2	2	3	4	5	3

No	ET1	ET2	ET3	ET4	ET5	ET6	AT1	AT2	AT3	AT4	AT5	IN1	IN2	IN3	DN1	DN2	DN3	PBC1	PBC2	PBC3	PBC4
88	3	3	6	5	6	6	5	5	5	5	4	3	4	4	6	3	5	4	4	5	4
89	5	5	6	5	5	6	6	6	6	5	5	6	6	5	4	5	5	5	5	4	5
90	6	6	6	6	5	4	6	5	5	5	5	4	6	5	5	6	2	5	6	6	4
91	3	4	3	2	3	2	2	4	4	4	1	3	2	3	4	6	6	5	4	6	3
92	4	4	5	5	5	5	5	6	5	5	5	4	4	4	4	2	3	5	5	5	5
93	5	6	6	6	6	6	5	5	6	6	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	6
94	5	6	4	6	5	4	6	4	6	5	5	4	6	5	6	6	4	6	6	6	6
95	4	4	6	5	6	5	6	6	5	4	6	4	6	5	6	6	3	6	5	6	6
96	4	4	6	5	6	5	6	6	5	4	6	4	6	5	6	6	3	6	5	6	6
97	4	4	5	6	5	3	5	5	6	6	4	5	6	6	6	5	6	6	6	6	6
98	3	1	2	3	4	4	4	4	5	3	1	3	3	2	5	2	3	5	5	4	4
99	5	6	6	6	5	3	5	6	5	6	4	4	6	5	6	6	6	6	6	6	6
100	6	6	6	6	6	4	6	6	6	5	6	6	6	6	4	5	4	6	6	6	5
101	6	5	5	6	5	5	5	6	6	6	5	6	6	6	5	5	4	6	6	6	6
102	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	3	2	3	3	3	5	4	5	6	4	2
103	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	4	3	3	6	5	4	4
104	3	2	5	4	6	5	4	2	6	6	3	2	2	4	6	4	5	6	6	6	2
105	5	5	5	6	5	5	5	5	6	5	5	5	6	5	5	5	5	3	4	6	5
106	4	5	6	6	6	6	6	6	6	6	5	1	6	1	2	1	3	3	6	6	6
107	4	4	5	4	6	6	5	5	4	4	6	3	5	3	4	5	5	3	5	5	5
108	4	3	4	3	5	5	4	3	5	4	3	2	3	3	3	3	4	3	5	5	5
109	5	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	6	6
110	5	4	4	5	5	4	4	5	6	5	4	4	4	3	4	3	4	6	5	6	6

No	ET1	ET2	ET3	ET4	ET5	ET6	AT1	AT2	AT3	AT4	AT5	IN1	IN2	IN3	DN1	DN2	DN3	PBC1	PBC2	PBC3	PBC4
111	4	3	4	4	5	4	4	5	4	5	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4
112	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	5	4	6	5	6	6	4	5
113	5	5	5	6	6	6	6	5	5	6	6	6	5	5	6	5	6	6	4	6	5
114	5	5	5	5	6	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	6	2
115	4	4	5	5	5	5	4	5	6	6	3	3	5	5	3	3	3	4	4	5	6
116	3	3	4	3	5	4	4	4	5	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3
117	5	4	4	5	5	5	6	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	3	4	5	4
118	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	5	4	6	6	5	5	6	6
119	5	4	6	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5
120	4	3	6	5	6	6	4	6	6	6	2	4	6	4	6	5	5	4	4	4	3
121	5	3	5	3	5	4	5	5	5	5	3	4	5	4	6	5	5	2	3	6	4
122	6	6	6	6	6	5	5	5	5	4	4	3	5	3	3	3	3	3	5	5	4
123	6	5	6	5	6	4	5	5	6	6	4	4	5	4	4	5	4	4	5	6	5
124	4	5	5	6	6	6	4	5	6	5	4	4	6	6	3	3	3	3	4	5	3
125	6	6	6	6	6	6	5	5	6	6	6	5	6	6	5	5	6	6	6	6	4
126	4	4	5	3	5	3	5	5	6	6	3	4	5	4	5	3	5	4	5	5	4
127	6	6	6	5	6	4	6	6	4	6	6	5	6	6	5	6	4	6	6	6	6
128	5	3	6	5	6	6	5	4	6	5	4	5	6	4	5	6	4	5	5	4	5
129	4	5	4	6	6	6	6	5	5	6	5	6	6	6	5	4	2	6	6	6	6
130	4	5	5	5	5	5	5	6	5	6	6	5	5	5	6	6	4	6	6	6	6
131	5	6	5	5	5	4	6	6	6	6	6	4	6	6	6	5	5	6	6	5	6
132	6	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	6	5	6	5	5	5	5	6	6	6
133	6	6	6	6	6	5	5	6	5	5	5	6	5	5	5	5	5	5	6	5	4

No	ET1	ET2	ET3	ET4	ET5	ET6	AT1	AT2	AT3	AT4	AT5	IN1	IN2	IN3	DN1	DN2	DN3	PBC1	PBC2	PBC3	PBC4
134	5	6	5	6	5	5	6	5	5	5	6	4	4	3	4	5	5	6	6	5	6
135	6	6	6	6	6	5	5	6	5	4	6	5	6	6	5	5	4	5	6	4	6
136	6	5	5	5	5	3	5	5	6	5	6	3	5	5	5	5	5	5	6	6	6
137	6	6	6	4	4	4	5	6	5	5	5	5	5	5	6	6	6	6	6	5	6
138	5	4	4	5	4	4	6	5	6	6	6	4	5	5	5	5	5	5	5	6	5
139	5	5	5	5	5	6	5	5	6	5	5	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6
140	5	5	5	6	5	5	5	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	5
141	6	5	5	5	6	4	6	6	5	6	5	5	5	5	5	5	5	6	5	5	6
142	5	5	6	6	4	4	6	6	5	5	5	5	4	6	5	5	5	5	6	5	4
143	5	5	5	5	3	4	5	5	5	6	4	5	6	5	6	6	6	5	5	5	5
144	6	4	5	5	5	4	6	5	6	5	5	5	5	6	5	5	5	5	4	5	4
145	5	5	5	4	4	4	5	5	6	5	5	5	5	6	6	4	4	3	4	5	6
146	6	6	6	6	6	5	6	5	5	6	6	4	5	5	4	4	5	5	5	6	4
147	6	6	6	6	6	5	6	6	5	6	6	5	5	5	5	4	4	5	6	6	6



LAMPIRAN 1 (LANJUTAN)

No	PD1	PD2	PD3	PD4	PF1	PF2	PF3	PF4
1	6	6	5	5	6	6	5	5
2	6	6	6	6	6	6	6	6
3	5	5	5	5	6	6	5	5
4	6	6	6	6	6	6	3	4
5	5	5	5	5	4	4	3	3
6	5	6	5	5	4	4	4	3
7	4	5	5	6	6	4	3	4
8	6	6	6	6	6	6	6	6
9	5	5	4	5	5	5	4	4
10	6	6	6	6	5	6	6	6
11	4	4	4	4	4	5	5	5
12	6	6	5	6	6	6	6	5
13	6	6	6	6	6	6	6	6
14	5	4	4	5	5	4	5	4
15	4	4	5	4	3	4	6	6
16	6	6	6	6	6	6	4	4
17	6	6	5	6	5	5	6	5
18	3	3	5	5	3	2	3	3

No	PD1	PD2	PD3	PD4	PF1	PF2	PF3	PF4
19	4	5	6	6	5	4	4	5
20	6	6	6	6	6	6	6	6
21	6	6	6	6	6	6	5	6
22	4	4	4	3	4	5	3	3
23	6	6	6	6	6	6	6	6
24	5	5	5	5	6	5	4	4
25	6	6	6	6	6	6	6	6
26	5	5	5	5	5	5	4	5
27	6	6	6	6	6	6	6	6
28	6	6	6	6	6	6	6	6
29	6	5	6	6	5	6	5	6
30	6	6	6	5	5	5	5	5
31	6	6	6	6	6	6	6	6
32	3	3	5	3	4	3	3	3
33	6	6	6	6	6	6	6	6
34	4	4	5	5	4	4	3	3
35	5	5	5	3	4	3	3	5
36	6	6	6	6	6	6	5	6
37	6	6	5	6	5	5	6	5
38	6	6	5	6	5	5	6	5
39	5	5	6	6	5	5	4	5
40	4	4	4	4	4	4	4	4
41	2	3	6	6	3	3	1	1



No	PD1	PD2	PD3	PD4	PF1	PF2	PF3	PF4
42	4	3	5	5	5	3	4	4
43	5	5	6	6	5	5	5	5
44	6	5	5	5	6	6	5	5
45	5	5	6	5	5	4	5	5
46	6	6	6	5	6	6	6	6
47	4	4	4	4	4	3	4	4
48	5	5	6	6	5	4	4	4
49	6	6	5	5	5	5	5	5
50	3	3	4	3	5	3	5	4
51	6	6	6	6	6	6	6	6
52	6	6	6	6	5	4	2	3
53	5	5	6	6	3	3	3	3
54	4	4	5	5	4	4	4	4
55	6	6	6	6	5	5	4	4
56	5	6	5	6	3	3	4	4
57	4	5	5	5	5	5	5	4
58	6	6	6	6	6	6	5	6
59	5	6	6	5	5	5	5	5
60	2	3	6	6	3	3	1	1
61	6	6	6	6	6	6	6	6
62	6	6	6	6	5	5	4	4
63	6	6	6	6	4	5	6	6
64	6	6	6	6	6	6	6	6



No	PD1	PD2	PD3	PD4	PF1	PF2	PF3	PF4
65	6	6	6	6	6	4	4	5
66	6	5	6	6	6	6	6	6
67	6	6	6	6	6	5	5	5
68	5	5	6	6	5	5	4	5
69	6	5	6	6	4	5	5	5
70	5	6	6	6	4	4	4	4
71	3	4	4	3	3	4	3	3
72	2	2	4	4	3	2	2	2
73	5	5	6	5	5	4	5	5
74	4	5	5	3	4	5	6	5
75	6	6	6	4	5	6	5	5
76	5	5	5	6	5	5	4	5
77	6	6	6	5	6	6	6	6
78	4	4	4	4	4	4	4	4
79	6	6	6	6	6	6	6	6
80	5	6	6	6	6	5	4	6
81	4	5	5	6	4	4	5	5
82	5	5	6	6	5	4	5	5
83	5	5	5	5	5	5	5	5
84	4	4	6	5	5	4	4	4
85	4	4	5	6	4	4	4	3
86	6	6	6	5	6	5	4	5
87	5	4	5	6	4	4	4	4



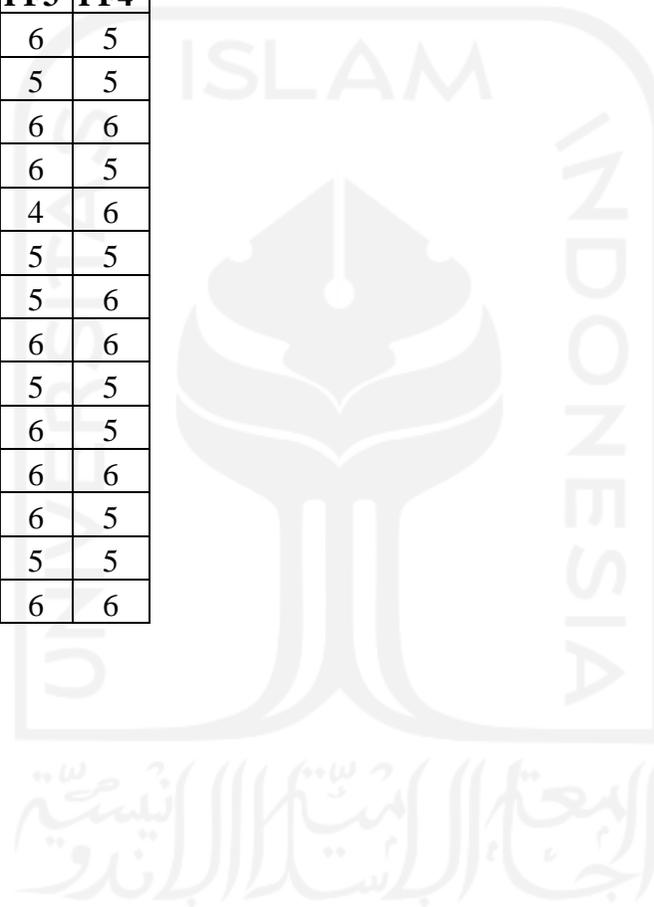
No	PD1	PD2	PD3	PD4	PF1	PF2	PF3	PF4
88	6	4	5	6	5	5	4	5
89	6	6	6	6	5	5	5	5
90	6	6	6	6	6	5	5	5
91	3	3	4	6	3	3	1	3
92	5	5	5	5	6	6	5	5
93	6	5	5	6	5	5	5	5
94	6	6	6	6	4	5	5	5
95	5	6	6	6	5	6	5	6
96	5	6	6	6	5	6	5	6
97	5	4	6	6	6	5	6	5
98	2	2	4	4	4	4	4	4
99	6	5	6	6	5	6	6	5
100	6	6	5	6	6	6	6	6
101	6	4	6	5	5	4	5	5
102	4	4	4	6	6	6	3	5
103	6	6	6	5	6	6	6	6
104	4	4	4	5	4	3	4	5
105	6	5	5	6	5	5	6	6
106	6	6	6	6	6	6	6	6
107	5	6	6	6	5	5	4	5
108	4	5	6	6	4	4	5	4
109	6	6	6	6	6	5	5	5
110	4	5	6	6	5	5	6	5



No	PD1	PD2	PD3	PD4	PF1	PF2	PF3	PF4
111	4	4	5	3	4	4	4	4
112	6	6	6	6	5	6	6	6
113	6	6	6	5	6	6	6	4
114	5	5	5	5	5	4	5	5
115	5	5	6	6	5	5	5	5
116	4	4	4	5	4	4	4	4
117	4	4	4	5	4	4	4	4
118	6	6	6	6	6	6	6	6
119	5	5	5	5	5	5	5	5
120	5	5	5	5	5	5	5	5
121	6	5	6	6	3	3	3	3
122	5	5	5	6	3	3	4	5
123	6	6	6	6	5	6	5	5
124	6	6	6	6	4	4	5	4
125	6	6	6	6	6	6	6	6
126	5	6	6	6	5	5	4	5
127	6	6	6	6	6	5	6	6
128	5	6	6	6	5	4	4	5
129	5	6	6	6	6	6	4	6
130	6	5	5	5	6	6	5	6
131	5	5	6	5	5	6	5	5
132	5	6	6	6	5	5	4	6
133	5	5	5	5	5	6	5	5



No	PD1	PD2	PD3	PD4	PF1	PF2	PF3	PF4
134	5	5	5	5	6	6	6	5
135	6	6	6	6	6	6	5	5
136	6	6	6	6	6	6	6	6
137	6	6	6	6	6	5	6	5
138	5	6	5	6	5	6	4	6
139	5	6	5	6	6	5	5	5
140	6	6	6	5	6	6	5	6
141	6	6	5	6	5	5	6	6
142	6	6	5	6	5	5	5	5
143	6	5	5	6	5	5	6	5
144	6	6	5	5	5	6	6	6
145	6	5	5	5	6	4	6	5
146	6	6	6	6	5	5	5	5
147	6	6	6	6	6	6	6	6



LAMPIRAN 1 (LANJUTAN)

No	Jenis Kelamin	Kelompok Usia	Semester	Jenjang Studi
1	Perempuan	22 - 23 Tahun	7-8	Sarjana
2	Perempuan	20 - 21 Tahun	7-8	Sarjana
3	Perempuan	20 - 21 Tahun	7-8	Sarjana
4	Perempuan	20 - 21 Tahun	7-8	Sarjana
5	Perempuan	24 - 25 Tahun	11-12	Sarjana
6	Laki-laki	22 - 23 Tahun	7-8	Sarjana
7	Perempuan	24 - 25 Tahun	7-8	Sarjana
8	Perempuan	20 - 21 Tahun	7-8	Sarjana
9	Perempuan	20 - 21 Tahun	7-8	Sarjana
10	Perempuan	20 - 21 Tahun	7-8	Sarjana
11	Perempuan	20 - 21 Tahun	5-6	Sarjana
12	Laki-laki	18 - 19 Tahun	3-4	Sarjana
13	Perempuan	20 - 21 Tahun	5-6	Sarjana
14	Perempuan	20 - 21 Tahun	3-4	Sarjana
15	Perempuan	20 - 21 Tahun	3-4	Sarjana
16	Laki-laki	22 - 23 Tahun	7-8	Sarjana
17	Perempuan	18 - 19 Tahun	5-6	Sarjana
18	Perempuan	20 - 21 Tahun	7-8	Sarjana
19	Perempuan	22 - 23 Tahun	7-8	Sarjana
20	Perempuan	18 - 19 Tahun	3-4	Sarjana
21	Perempuan	18 - 19 Tahun	3-4	Sarjana
22	Perempuan	20 - 21 Tahun	7-8	Sarjana
23	Laki-laki	20 - 21 Tahun	3-4	Sarjana
24	Laki-laki	20 - 21 Tahun	3-4	Sarjana
25	Perempuan	20 - 21 Tahun	7-8	Sarjana
26	Perempuan	18 - 19 Tahun	3-4	Sarjana
27	Perempuan	18 - 19 Tahun	3-4	Sarjana
28	Perempuan	18 - 19 Tahun	3-4	Sarjana
29	Perempuan	22 - 23 Tahun	7-8	Sarjana
30	Perempuan	20 - 21 Tahun	7-8	Sarjana
31	Perempuan	20 - 21 Tahun	7-8	Sarjana
32	Perempuan	20 - 21 Tahun	7-8	Sarjana
33	Perempuan	20 - 21 Tahun	7-8	Sarjana
34	Perempuan	20 - 21 Tahun	7-8	Sarjana
35	Perempuan	20 - 21 Tahun	7-8	Sarjana

No	Jenis Kelamin	Kelompok Usia	Semester	Jenjang Studi
36	Perempuan	20 - 21 Tahun	7-8	Sarjana
37	Perempuan	20 - 21 Tahun	7-8	Sarjana
38	Perempuan	20 - 21 Tahun	7-8	Sarjana
39	Perempuan	22 - 23 Tahun	7-8	Sarjana
40	Perempuan	20 - 21 Tahun	7-8	Sarjana
41	Perempuan	20 - 21 Tahun	7-8	Sarjana
42	Laki-laki	20 - 21 Tahun	7-8	Sarjana
43	Perempuan	20 - 21 Tahun	7-8	Sarjana
44	Laki-laki	22 - 23 Tahun	7-8	Sarjana
45	Perempuan	18 - 19 Tahun	5-6	Sarjana
46	Perempuan	20 - 21 Tahun	7-8	Sarjana
47	Perempuan	22 - 23 Tahun	7-8	Sarjana
48	Perempuan	20 - 21 Tahun	7-8	Sarjana
49	Perempuan	20 - 21 Tahun	7-8	Sarjana
50	Laki-laki	20 - 21 Tahun	7-8	Sarjana
51	Perempuan	20 - 21 Tahun	5-6	Sarjana
52	Perempuan	20 - 21 Tahun	7-8	Sarjana
53	Perempuan	22 - 23 Tahun	7-8	Sarjana
54	Perempuan	22 - 23 Tahun	7-8	Sarjana
55	Perempuan	20 - 21 Tahun	7-8	Sarjana
56	Perempuan	20 - 21 Tahun	7-8	Sarjana
57	Perempuan	20 - 21 Tahun	7-8	Sarjana
58	Perempuan	20 - 21 Tahun	7-8	Sarjana
59	Perempuan	22 - 23 Tahun	7-8	Sarjana
60	Perempuan	20 - 21 Tahun	7-8	Sarjana
61	Perempuan	18 - 19 Tahun	3-4	Sarjana
62	Perempuan	20 - 21 Tahun	7-8	Sarjana
63	Perempuan	20 - 21 Tahun	7-8	Sarjana
64	Perempuan	22 - 23 Tahun	7-8	Sarjana
65	Perempuan	18 - 19 Tahun	1-2	Sarjana
66	Laki-laki	22 - 23 Tahun	7-8	Sarjana
67	Perempuan	20 - 21 Tahun	7-8	Sarjana
68	Perempuan	22 - 23 Tahun	7-8	Sarjana
69	Perempuan	20 - 21 Tahun	5-6	Sarjana
70	Perempuan	20 - 21 Tahun	7-8	Sarjana
71	Perempuan	20 - 21 Tahun	7-8	Sarjana
72	Perempuan	20 - 21 Tahun	7-8	Sarjana

No	Jenis Kelamin	Kelompok Usia	Semester	Jenjang Studi
73	Perempuan	18 - 19 Tahun	5-6	Sarjana
74	Perempuan	22 - 23 Tahun	7-8	Sarjana
75	Perempuan	20 - 21 Tahun	7-8	Sarjana
76	Perempuan	22 - 23 Tahun	7-8	Sarjana
77	Perempuan	22 - 23 Tahun	7-8	Sarjana
78	Perempuan	20 - 21 Tahun	7-8	Sarjana
79	Laki-laki	22 - 23 Tahun	7-8	Sarjana
80	Laki-laki	18 - 19 Tahun	3-4	Sarjana
81	Perempuan	20 - 21 Tahun	7-8	Sarjana
82	Laki-laki	20 - 21 Tahun	7-8	Sarjana
83	Perempuan	20 - 21 Tahun	7-8	Sarjana
84	Laki-laki	18 - 19 Tahun	1-2	Sarjana
85	Perempuan	18 - 19 Tahun	1-2	Sarjana
86	Perempuan	18 - 19 Tahun	1-2	Sarjana
87	Perempuan	18 - 19 Tahun	1-2	Sarjana
88	Perempuan	20 - 21 Tahun	7-8	Sarjana
89	Laki-laki	20 - 21 Tahun	7-8	Sarjana
90	Laki-laki	20 - 21 Tahun	7-8	Sarjana
91	Perempuan	20 - 21 Tahun	1-2	Sarjana
92	Perempuan	20 - 21 Tahun	7-8	Sarjana
93	Perempuan	18 - 19 Tahun	1-2	Sarjana
94	Laki-laki	22 - 23 Tahun	9-10	Sarjana
95	Perempuan	20 - 21 Tahun	5-6	Sarjana
96	Perempuan	20 - 21 Tahun	5-6	Sarjana
97	Laki-laki	18 - 19 Tahun	1-2	Sarjana
98	Perempuan	20 - 21 Tahun	7-8	Sarjana
99	Laki-laki	22 - 23 Tahun	7-8	Sarjana
100	Perempuan	20 - 21 Tahun	7-8	Sarjana
101	Laki-laki	20 - 21 Tahun	3-4	Sarjana
102	Laki-laki	20 - 21 Tahun	5-6	Sarjana
103	Perempuan	20 - 21 Tahun	7-8	Sarjana
104	Perempuan	20 - 21 Tahun	7-8	Sarjana
105	Perempuan	20 - 21 Tahun	7-8	Sarjana
106	Perempuan	20 - 21 Tahun	7-8	Sarjana
107	Perempuan	20 - 21 Tahun	7-8	Sarjana
108	Perempuan	20 - 21 Tahun	7-8	Sarjana
109	Laki-laki	20 - 21 Tahun	7-8	Sarjana

No	Jenis Kelamin	Kelompok Usia	Semester	Jenjang Studi
110	Laki-laki	20 - 21 Tahun	7-8	Sarjana
111	Perempuan	20 - 21 Tahun	7-8	Sarjana
112	Perempuan	20 - 21 Tahun	7-8	Sarjana
113	Perempuan	22 - 23 Tahun	7-8	Sarjana
114	Perempuan	20 - 21 Tahun	7-8	Sarjana
115	Perempuan	20 - 21 Tahun	7-8	Sarjana
116	Perempuan	20 - 21 Tahun	7-8	Sarjana
117	Perempuan	22 - 23 Tahun	7-8	Sarjana
118	Perempuan	22 - 23 Tahun	7-8	Sarjana
119	Perempuan	20 - 21 Tahun	7-8	Sarjana
120	Perempuan	20 - 21 Tahun	7-8	Sarjana
121	Perempuan	20 - 21 Tahun	7-8	Sarjana
122	Perempuan	22 - 23 Tahun	7-8	Sarjana
123	Perempuan	20 - 21 Tahun	7-8	Sarjana
124	Perempuan	22 - 23 Tahun	7-8	Sarjana
125	Perempuan	20 - 21 Tahun	5-6	Sarjana
126	Perempuan	18 - 19 Tahun	3-4	Sarjana
127	Perempuan	22 - 23 Tahun	7-8	Sarjana
128	Perempuan	18 - 19 Tahun	1-2	Sarjana
129	Laki-laki	18 - 19 Tahun	1-2	Sarjana
130	Laki-laki	20 - 21 Tahun	3-4	Sarjana
131	Perempuan	20 - 21 Tahun	5-6	Sarjana
132	Laki-laki	22 - 23 Tahun	7-8	Sarjana
133	Laki-laki	20 - 21 Tahun	5-6	Sarjana
134	Laki-laki	22 - 23 Tahun	7-8	Sarjana
135	Laki-laki	20 - 21 Tahun	7-8	Sarjana
136	Laki-laki	22 - 23 Tahun	7-8	Sarjana
137	Perempuan	18 - 19 Tahun	1-2	Sarjana
138	Perempuan	22 - 23 Tahun	5-6	Sarjana
139	Perempuan	20 - 21 Tahun	3-4	Sarjana
140	Perempuan	20 - 21 Tahun	3-4	Sarjana
141	Perempuan	22 - 23 Tahun	7-8	Sarjana
142	Perempuan	22 - 23 Tahun	7-8	Sarjana
143	Laki-laki	22 - 23 Tahun	7-8	Sarjana
144	Laki-laki	20 - 21 Tahun	5-6	Sarjana
145	Laki-laki	22 - 23 Tahun	7-8	Sarjana
146	Laki-laki	22 - 23 Tahun	7-8	Sarjana

No	Jenis Kelamin	Kelompok Usia	Semester	Jenjang Studi
147	Laki-laki	20 - 21 Tahun	5-6	Sarjana



Construct Reliability and Validity

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Attitude	0,830	0,845	0,888	0,668
Descriptive Norm	0,804	0,837	0,883	0,717
Niat	0,892	0,900	0,921	0,701
Injunctive Norm	0,826	0,828	0,896	0,742
Perceived Behavioural Control	0,743	0,779	0,837	0,566
Perceived Desirability	0,856	0,908	0,901	0,696
Perceived Feasibility	0,903	0,906	0,932	0,775

Fornell-Larcker Criterion

	Attitude	Descriptive Norm	Niat	Injunctive Norm	Perceived Behavioural Control	Perceived Desirability	Perceived Feasibility
Attitude	0,818						
Descriptive Norm	0,456	0,847					
Niat	0,761	0,323	0,837				
Injunctive Norm	0,695	0,622	0,568	0,861			
Perceived Behavioral Control	0,608	0,574	0,585	0,649	0,752		
Perceived Desirability	0,800	0,408	0,769	0,625	0,619	0,834	
Perceived Feasibility	0,800	0,481	0,751	0,656	0,748	0,699	0,880

Cross Loadings

	<i>Attitude</i>	<i>Descriptive Norm</i>	<i>Niat</i>	<i>Injunctive Norm</i>	<i>Perceived Behavioural Control</i>	<i>Perceived Desirability</i>	<i>Perceived Feasibility</i>
AT1	0,879	0,421	0,700	0,594	0,527	0,705	0,705
AT2	0,842	0,367	0,651	0,596	0,506	0,678	0,690
AT4	0,659	0,230	0,457	0,412	0,357	0,537	0,445
AT5	0,871	0,448	0,654	0,647	0,578	0,682	0,744
DN1	0,283	0,757	0,155	0,468	0,396	0,231	0,334
DN2	0,440	0,896	0,334	0,567	0,550	0,410	0,447
DN3	0,413	0,881	0,301	0,539	0,495	0,368	0,429
ET1	0,540	0,308	0,759	0,444	0,468	0,544	0,575
ET2	0,718	0,329	0,873	0,579	0,607	0,697	0,652
ET3	0,615	0,214	0,864	0,395	0,388	0,696	0,590
ET4	0,715	0,350	0,905	0,578	0,623	0,673	0,752
ET5	0,578	0,138	0,777	0,361	0,335	0,599	0,558
IN1	0,564	0,567	0,465	0,850	0,546	0,475	0,560
IN2	0,593	0,471	0,497	0,830	0,547	0,594	0,529
IN3	0,635	0,571	0,503	0,903	0,582	0,541	0,607
PBC1	0,457	0,514	0,446	0,566	0,824	0,402	0,617
PBC2	0,590	0,473	0,574	0,525	0,850	0,588	0,680
PBC3	0,248	0,266	0,278	0,307	0,611	0,341	0,363
PBC4	0,467	0,429	0,406	0,511	0,699	0,506	0,529
PD1	0,803	0,448	0,795	0,663	0,589	0,902	0,746
PD2	0,766	0,364	0,756	0,590	0,574	0,922	0,695
PD3	0,530	0,245	0,478	0,412	0,471	0,779	0,430
PD4	0,484	0,252	0,429	0,333	0,397	0,717	0,342
PF1	0,695	0,362	0,651	0,558	0,645	0,624	0,857
PF2	0,756	0,418	0,672	0,529	0,681	0,654	0,897
PF3	0,643	0,410	0,608	0,598	0,579	0,550	0,856
PF4	0,719	0,497	0,707	0,626	0,719	0,630	0,909

Lampiran 2.2 Hasil Model Struktural*R Square*

	<i>R Square</i>	<i>R Square Adjusted</i>
ET	0,680	0,676
PD	0,649	0,641
PF	0,611	0,602



Path Coefficients

	<i>Original Sample (O)</i>	<i>T Statistics (O/STDEV)</i>	<i>P Values</i>
<i>Attitude -> Perceived Desirability</i>	0,706	9,987	0,000
<i>Descriptive Norm -> Perceived Desirability</i>	0,004	0,064	0,949
<i>Descriptive Norm -> Perceived Feasibility</i>	-0,039	0,399	0,690
<i>Injunctive Norm -> Perceived Desirability</i>	0,131	1,461	0,145
<i>Injunctive Norm -> Perceived Feasibility</i>	0,313	3,416	0,001
<i>Perceived Behavioural Control -> Perceived Feasibility</i>	0,567	7,599	0,000
<i>Perceived Desirability -> Niat</i>	0,478	6,293	0,000
<i>Perceived Feasibility -> Niat</i>	0,416	5,378	0,000

