

**PENGARUH PERSEPSI KEINGINAN DAN PERSEPSI KELAYAKAN  
TERHADAP NIAT BERWIRAUSAHA PADA GENERASI MILENIAL  
(SURVEY PADA MAHASISWA KELAS KARYAWAN PROGRAM STUDI  
MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS  
KOMPUTER INDONESIA)**

**Dicky Setiawan<sup>1</sup>, Raeni Dwi Santy<sup>2</sup>**

**Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis  
Universitas Komputer Indonesia, Bandung, Indonesia.**

[Dickysheckler10@gmail.com](mailto:Dickysheckler10@gmail.com)<sup>1</sup>, [Raeni.wijaya@gmail.com](mailto:Raeni.wijaya@gmail.com)<sup>2</sup>

**ABSTRACT**

This research was conducted on the employee class of Management Study Program Faculty of Economics and Business, University Computer Indonesia. The phenomenon that occurs is the attitude of students towards entrepreneurship activities, although the University Computer Indonesia has implemented compulsory entrepreneurship courses into its curriculum.

The purpose of this study was to determine the response of respondents to the variable Influence of Desire Perception and Perception of Feasibility of Entrepreneurial Intention in the Millennial Generation of Employee Classes in the Management Study Program Faculty of Economics and Business of the University Computer Indonesia. The method used in compiling the final / thesis uses a descriptive and verification method, which is a study that describes the actual state of a student. The sampling technique used in this study uses field studies (interviews, observations, questionnaires) and literature studies.

Results and discussion of respondents' responses on the influence of Perception of Desire and Perception of Feasibility of Entrepreneurial Intentions in the Millennial Generation of Student Employees in the Management Study Program of the Faculty of Economics and Business of the Indonesian Computer University, showed that the students' attitude was quite good in responding to the activities of becoming an entrepreneur. This is based on the respondent's response regarding personal attitude, social norm, self-confidence, leadership of human resources, confidence in success, education, work experience, and family which is quite good for the respondent in the Millennial Generation of Student Employees Class Management Study Program Faculty of Economics and Business Computer University Indonesia.

(Keyword : Perception of Desire, Perception of Feasibility, Entrepreneurial Intention, Millenials Generation).

**ABTRAK**

Penelitian ini dilakukan pada Mahasiswa kelas karyawan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Komputer Indonesia. Fenomena yang terjadi adalah sikap mahasiswa terhadap kegiatan entrepreneur, walaupun Universitas Komputer Indonesia telah menerapkan matakuliah wajib kewirausahaan kedalam kurikulumnya.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui tanggapan responden terhadap variabel Pengaruh Persepsi Keinginan dan Persepsi Kelayakan Terhadap Niat Berwirausaha Pada Generasi Milenial Mahasiswa Kelas Karyawan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Komputer Indonesia. Metode yang digunakan dalam menyusun tugas akhir/skripsi ini menggunakan metode deskriptif dan verifikatif, yaitu suatu penelitian yang menggambarkan keadaan Mahasiswa yang sebenarnya. Adapun teknik pengambilan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan studi lapangan (wawancara, observasi, kuisioner) dan studi kepustakaan.

Hasil dan pembahasan mengenai tanggapan responden tentang pengaruh Persepsi Keinginan dan Persepsi Kelayakan Terhadap Niat Berwirausaha Pada Generasi Milenial Mahasiswa Kelas karyawan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Komputer Indonesia, menunjukkan bahwa sikap mahasiswa cukup baik dalam menanggapi kegiatan menjadi seorang entrepreneur. Hal ini berdasarkan hasil tanggapan responden mengenai *personal attitude, social norm, kepercayaan diri, kepemimpinan sdm, keyakinan akan sukses, pendidikan, pengalaman kerja, dan keluarga* yang cukup baik pada responden Pada Generasi Milenial Mahasiswa Kelas karyawan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Komputer Indonesia

(Kata Kunci : persepsi keinginan, persepsi kelayakan, niat berwirausaha, generasi milenial).

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Dengan kondisi perekonomian Indonesia di era ini, kewirausahaan berperan sebagai peran paling penting dalam pertumbuhan ekonomi dan menciptakan lapangan pekerjaan bagi suatu Negara. Wirausaha dianggap sebagai jawaban untuk mengatasi permasalahan ekonomi, terutama untuk mendorong pertumbuhan ekonomi serta perkembangan teknologi (Dissanayake, 2013; Sondari, 2014 dalam M. Iswahyudi dan Ahmad Iqbal, 2018:95). Kewirausahaan menyediakan sumber pendapatan, ketika ekonomi tidak dapat menyediakan lapangan kerja yang cukup atau alternatif lain untuk menghasilkan upah atau gaji, dan memberikan nilai sosial yang positif dalam masyarakat.

Kewirausahaan merupakan bagian penting bagi Negara berkembang seperti Indonesia, Sebuah masalah besar yang dihadapi oleh pemerintah Indonesia adalah kemiskinan dan pengangguran begitupun ketimpangan sosial. Hasil Survey Sosial Ekonomi Nasional (*Susen*) oleh Badan Pusat Statistik (**BPS**) **2019**, dalam kurun waktu september 2018 menyatakan Jumlah penduduk miskin di Indonesia pada September 2018 mencapai 25,67 juta orang (9,66%) dari total 267 juta penduduk. Angka pengangguran berada pada kisaran 5.34% dari tenaga kerja yang masuk pengangguran terbuka. Bahkan mereka yang lulus perguruan tinggi semakin sulit mendapatkan pekerjaan tidak banyak terjadi ekspansi kegiatan usaha. Dalam keadaan seperti ini maka masalah pengangguran termasuk yang berpendidikan tinggi akan berdampak negatif terhadap stabilitas sosial dan kemasyarakatan.

**Tabel 1.1**  
**Tingkat Pengangguran Menurut Kelompok Umur, 2015 - 2018**

Kelompok Umur	Tingkat Pengangguran Menurut Kelompok Umur			
	2015	2016	2017	2018
15-19	17.71	28.09	27.54	26.67
20-24	12.86	15.80	16.62	16.73
25-29	10.65	7.08	6.76	6.99
30-34	8.86	3.63	3.40	3.47
35-39	7.86	2.21	2.45	2.49
40-44	7.59	2.05	1.86	1.81
45-49	6.97	1.35	1.51	1.58
50-54	5.93	1.66	1.54	1.40
55-59	6.05	1.55	1.73	1.25
60 keatas	4.74	1.51	1.52	0.61

*Sumber : bps.go.id*

Berikut adalah data tentang pengangguran menurut kelompok umur. Masih ba

nyak pengangguran di Indonesia ini tapi yang perlu kita soroti adalah di usia 20-24 dan 25-29 dalam jenjang ini adalah usia muda masa tersebut adalah masa emas para pemuda di Indonesia mereka seharusnya menjadi pelopor untuk bangsa ini menjadi lebih baik. Dan di usia 20-24 adalah sebagian besar yang merasakan jenjang pendidikan tinggi di universitas universitas terbuka di Indonesia.

Mengapa wirausaha penting bagi Generasi *Milenial*?. Karena Generasi ini adalah penerus untuk menciptakan lapangan pekerjaan bagi dirinya sendiri maupun orang lain. Perkembangan zaman yang sudah berlangsung puluhan tahun tentu akan memberikan dampak pada kondisi tiap generasi saat ini. Termasuk sosial media merupakan bentuk perubahan. Dengan adanya kemajuan teknologi dan perkembangan zaman yang pesat, potensi akan nilai-nilai budaya, adat, serta gotong-royong membantu antar kehidupan bermasyarakat kini sudah mulai memudar. Merekalah yang kemudian disebut sebagai generasi *millenial*. Generasi *Millenial* atau sering disebut Generasi Y menjadi kelompok usia dengan potensi wirausaha dan potensi pasar yang sangat besar. Tidak heran jika generasi millenial merupakan generasi paling cepat belajar dan beradaptasi terhadap hampir segala bentuk inovasi teknologi digital. Transisi ini membutuhkan kiat khusus generasi millenial bisa tetap bersaing dan menjadi pemenang. Bahkan Indonesia memiliki dua potensi utama yang bisa menjadi kekuatan yaitu generasi millenial dan pemanfaatan teknologi digital sebagai model bisnis masa depan sebagai pendorong tumbuhnya ekonomi. Dasar yang menjelaskan generasi millenial dalam kewirausahaan meliputi memupuk rasa percaya diri, memiliki banyak kesempatan dan belajar dari kegagalan, memahami teknologi,

mampu mengenal pasar anak muda dengan lebih baik

Berikut tabel data tingkat pengangguran terbuka menurut pendidikan tertinggi di Indonesia yang ditamatkan berdasarkan data publikasi Badan Pusat Statistik (BPS) :

**Tabel 1.2**  
**Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) Menurut Tingkat Pendidikan Tertinggi yang Ditamatkan Tahun 2013-2015**

No	Pendidikan Tertinggi yang Ditamatkan	2013	2014	2015
1	Tidak/tidak pernah sekolah	81,432	74,898	55,554
2	Tidak/belum tamat SD	489,152	389,550	371,542
3	SD	1,347,555	1,229,652	1,004,961
4	SLTP	1,689,643	1,556,838	1,373,392
5	SLTA/SMU	1,925,660	1,962,786	2,280,029
6	SLTA/Kejuruan/SMK	1,258,201	1,322,521	1,569,690
7	Akademi/Diploma	185,103	193,517	251,541
8	Universitas	434,185	495,143	653,586
<b>Jumlah</b>		<b>7,410,931</b>	<b>7,244,905</b>	<b>7,560,822</b>

Sumber : *bps.go.id*

Pengangguran di Indonesia masih cukup banyak seperti dilihat pada tabel diatas. Pengangguran di Indonesia di dominasi oleh pemuda yang masih produktif mereka cenderung memilih menunggu pekerjaan dari pada menunggu sambil berwirausaha padahal itu sangat menguntungkan bagi mereka tetapi mungkin ada factor yang mempengaruhi mereka sehingga Niat Berwirausaha mereka masih rendah. Padahal Generasi *Milenial* adalah asset berharga bagi bangsa karena suatu bangsa dapat sukses dilihat dari para generasi penerusnya.

Oleh karena itu, mahasiswa adalah sumber ideal wirausaha baru, baik dari

yang masih berkuliah atau yang baru saja lulus. Meskipun siswa merupakan sumber yang menjanjikan, fakta bahwa jumlah pengusaha di Indonesia masih belum mencapai 2%, berarti bahwa lingkungan kita masih kurang pengusaha. Mahasiswa juga bisa dikatakan generasi milenials dimana mahasiswa yang sedang berkuliah ataupun sudah lulus rentang tahun 2000an. Rentang usia yang memiliki potensi besar dalam berwirausaha tersebut secara tidak langsung mengarah pada generasi Y atau generasi millennial, kelompok yang lahir setelah tahun 1980 sampai dengan sebelum tahun 2000 (**Henley , 2017:15**). **Gonzales (2011:76 )** menjelaskan kelompok ini memiliki kemampuan lebih untuk mendapatkan informasi publik dan menciptakan kesempatan kerja yang sesuai dengan karakter pelaku pasar. Namun demikian kesiapan kelompok ini dalam berwirausaha harus diikuti dengan kemampuan melakukan analisis berwirausaha (**Arrighetti, Fabio, &Lasagni, 2014:43**).

Pengembangan perilaku dalam memandang konsep kewirausahaan dan kemampuan karakter untuk berwirausaha dapat dimulai dari jenjang perkuliahan. Jenjang ini dipandang sebagai periode dan lingkungan dimana individu dapat lebih mengenal konsep kewirausahaan, baik secara teoritis maupun praktis. Institusi pendidikan seperti universitas dapat menjadi tempat yang mendukung individu dalam mengembangkan ketertarikannya dalam berwirausaha (**Otuya, Kibas, Gichira, & Martin, 2013: 132**).

**Menurut Ciputra (2006)** dalam **Josia Sanchaya Hendrawan dan Hani Sirine (2017;292)** kemiskinan di Indonesia bukan semata akibat akses pendidikan, karena hal itu hanya sebagian, melainkan karena negara tidak menumbuh

kembangkan *entrepreneurship* dan jiwa *entrepreneur* dengan baik kepada masyarakatnya. Perguruan tinggi di Indonesia menciptakan banyak sarjana pencari kerja, bukan pencipta lapangan kerja. Hal itu menyebabkan masyarakat terbiasa makan gaji sehingga tidak mandiri dan kreatif (*Entrepreneurship*, 2009:22). Kebanyakan dari mereka berorientasi mencari pekerjaan terutama sebagai pegawai negeri dan pegawai swasta (*Job seekers*), bukan pencipta lapangan pekerjaan (*Job creator*) (**Handriani, 2011:312**). Lapangan Kerja di Indonesia terbuka luas apabila para lulusan perguruan tinggi kreatif dan inovatif, serta mau sedikit berkeringat membangun berbagai macam usaha yang hingga saat ini banyak yang belum tergarap dan dapat dikembangkan (**Eddy Soeryanto S, 2009:19**).

Menjadi seorang wirausahawan muda tidak semudah membalikan telapak tangan banyak tantangan dan rintangan yang harus kita hadapi tidak hanya pikiran tetapi juga waktu dan tenaga terkuras tetapi bila kita menjalaninya dengan baik maka akan mendapatkan hasil yang baik juga. Banyak para Generasi *Milenial* yang berfikir bahwa berwirausaha tidak menguntungkan itu salah, karena banyak para wirausahawan muda yang sukses dimasa mudanya. Dalam berwirausaha kita harus berfikir terbuka dengan dunia luar karena banyak hal disana yang bisa kita dapatkan.

Untuk menjadi wirausaha muda kita membutuhkan persepsi keinginan yang kuat, tidak semata-mata hanya ingin saja tetapi kita harus mempunyai bias personal dalam memandang penciptaan usaha baru yang diinginkan dan memiliki pandangan positif terhadap kegiatan berwirausaha.

Persepsi Keinginan mengacu pada sejauh mana dia merasakan suatu daya

tarik untuk menjadi seorang pengusaha (**Linan, F and Rodriguez, J. C. 2011:195**). Ini juga bisa diartikan sejauh mana individu memegang memberikan penilaian pribadi bisa positif atau negatif tentang menjadi seorang pengusaha dan norma sosial yang dirasakan, tekanan sosial yang dirasakan untuk tidak melakukan aktivitas kewirausahaan. *Persepsi Keinginan* juga dapat diartikan sebagai bias personal seseorang yang memandang penciptaan usaha baru sebagai sesuatu yang menarik dan diinginkan (**Krueger, et al., 2000 : 15 dalam Susetyo 2013 :1**).

Pandangan positif terhadap niat berwirausaha tentunya akan mengacu pada keinginan yang dirasakan untuk menjadi seorang wirausaha, dalam hal ini peran Generasi *Milenial* Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Komputer Indonesia harus memandang penciptaan usaha baru sebagai sesuatu yang menarik dan diinginkan bagi mereka. keinginan untuk menjadi *Entrepreneur* tidak hanya memiliki keinginan saja akan tetapi persepsi kelayakan yang dimiliki dan mengerti tentang menjadi wirausaha.

Persepsi Kelayakan juga merupakan faktor yang mampu memicu munculnya Intensi Berwirausaha dikalangan Generasi *Milenial* Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Komputer Indonesia. **Linan dan Santos, 2007 :443 dalam Finnah, 2015 :3**) menyatakan Persepsi Kelayakan adalah anggapan mengenai potensi serta aset yang dimiliki untuk melakukan sebuah tindakan. Seseorang atau organisasi tidak akan melakukan sebuah tindakan yang bersifat fundamental dan ekspansif apabila belum melakukan sebuah kajian mengenai kelayakan untuk melakukan tindakan tersebut. Persepsi Kelayakan juga dapat diukur dengan tingkat perasaan

yang dimiliki individu mengenai kemampuan/kapabilitas yang dimiliki dalam mengelola usaha. Survey pada Generasi *Milenial* Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Komputer Indonesia belum sepenuhnya menguasai tentang materi dan teknik dalam berbisnis yang akan dijalaninya.

Program Studi Manajemen Universitas Komputer Indonesia merupakan salah satu jurusan yang menciptakan lulusan sarjana yang memiliki kualifikasi untuk melihat peluang bisnis (wirausaha) yang diharapkan mampu menciptakan pendidik serta para ekonom yang dapat meningkatkan perekonomian negara khususnya Generasi *Milenial* Mahasiswa Program Studi Manajemen. Universitas Komputer Indonesia memiliki visi “menjadikan Program Studi Manajemen Unikom terdepan yang mendorong perkembangan ilmu ekonomi berbasis IT dan entrepreneurship agar dapat menghasilkan sumber daya manusia profesional dan berjiwa intrapreneur dan entrepreneur, berdaya cipta dan berdaya saing tinggi serta mampu merespon perkembangan ilmu manajemen dan menguasai teknologi komputer pada era globalisasi.”

Generasi Milenial Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Komputer Indonesia Memelalui kegiatan kewirausahaannya diharapkan dapat mengurangi penangguran dimasa yang akan datang. Dengan mengenalkan kewirausahaan dikalangan mahasiswa juga diharapkan dapat membuat mahasiswa mandiri, tampil, inovasi sehingga ketika lulus dari perguruan tinggi mereka tidak menjadi pengangguran.

Sesuai dengan anjuran Direktur Jenderal Pendidikan Tinggi (*Dirjen Dikti*),

bahwa perguruan tinggi hendaknya memasukkan mata kuliah kewirausahaan ke dalam kurikulumnya (**Handriani 2011:84**). Maka, Universitas Komputer Indonesia (UNIKOM) sejak tahun 2007 semua mahasiswa dari 6 fakultas dengan 23 program studi diberi mata kuliah wajib *Entrepreneurship*. Walaupun Universitas Komputer Indonesia telah memberikan dan membuat kurikulum matakuliah tentang *entrepreneurship* (kewirausahaan) dan mewadahi Mahasiswanya dalam berorganisasi atau himpunan tentang entrepreneur yaitu salah satunya *Hipma* (Himpunan Pengusaha Mahasiswa) akan tetapi mahasiswa Program Studi manajemen hanya sedikit yang mengambil tindakan untuk bergabung kedalam organisasi maupun berniat untuk menjadi *entrepreneur*.

Berdasarkan penelitian kali ini penulis mengadakan survey awal bertujuan untuk menguji kebenaran mengenai Persepsi Keinginan, Persepsi Kelayakan dan Intensi Berwirausaha survey pada Generasi *Milenial* Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Komputer Indonesia. Hal tersebut dapat dijelaskan pada tabel berikut:

**Tabel 1.3**  
**Suvey Awal Persepsi Keinginan (X1)**

NO	PERTANYAAN	YA	PERSENTASE	TIDAK	PERSENTASE
1	Apakah anda mempunyai kesadaran dan mengerti tentang tuntutan menjadi entrepreneur ?	10	33.3%	20	66.7%

2	Apakah anda berkomitmen untuk menjadi entrepreneur ?	8	26.7%	22	73.3%
---	--	---	-------	----	-------

Sumber : *data  
dolahpeneliti*

Berdasarkan hasil survei awal diatas ( **Tabel 1.3**) kepada 55 responden yang merupakan Generasi Milenial Mahasiswa Kelas Karyawan Program Studi Manajemen Universitas Komputer Indonesia diperoleh hasil bahwa 33.3% responden menjawab Ya bahwa mereka memiliki kesadaran dan mengerti tentang tuntutan menjadi entrepreneur, dan 66.7% responden menjawab Tidak mempunyai kesadaran dan mengerti tentang tuntutan menjadi entrepreneur. Persepsi Keinginan yang dirasakan survey pada Generasi *Milenial* Mahasiswa Kelas Karyawan Program Studi manajemen Universitas Komputer Indonesia hanya sedikit memiliki keinginan untuk menjadi seorang entrepreneur. Kebanyakan dari Generasi *Milenial* Mahasiswa Kelas Karyawan Program Studi manajemen Universitas Komputer Indonesia belum memiliki kesadaran dan mengerti tentang tuntutan menjadi seorang entrepreneur. Hal ini menunjukkan bahwa kesadaran tentang tuntutan menjadi entrepreneur sangatlah rendah dikalangan Mahasiswa Generasi *Milenial* Mahasiswa Kelas Karyawan Program Studi manajemen Universitas komputer Indonesia, karena keinginan untuk menjadi *entrepreneur* . Kemudian sebanyak 26.7% responden menjawab Ya dalam memiliki komitmen untuk menjadi entrepreneur, sedangkan 73.3% responden menjawab Tidak memiliki komitmen untuk menjadi seorang entrepreneur. Ini menunjukkan sebagian besar Mahasiswa Kelas Karyawan Fakultas Ekonomi dan

Bisnis Universitas Komputer Indonesia belum mempunyai komitmen yang kuat untuk menjadi seorang entrepreneur.

Hal ini tidak sebanding dengan Menteri Pertanian menyatakan para mahasiswa agar menjadi pengusaha muda yakni pengusaha yang jujur, disiplin dan berkomitmen, serta terus belajar. Menurutnya, jika ingin sukses, mahasiswa minimal belajar sepuluh jam setiap hari dikutip <https://finance.detik.com>2018. Tidak hanya memiliki keinginan saja akan tetapi persepsi kelayakan yang dimiliki dan mengerti tentang menjadi wirausaha harus dimiliki oleh para calon wirausaha.. Kemudian, peneliti juga melakukan survey awal untuk membuktikan kebenaran yang terjadi dilapangan atas dasar permasalahan tentang Persepsi Kelayakan pada Generasi *Milenial* Mahasiswa Kelas Karyawan Program Studi Manajemen Universitas Komputer Indonesia.

**Tabel 1.4**  
**Survey Awal Persepsi Kelayakan (X2)**

NO	PERTANYAAN	YA	PERSENTAS E	TIDAK	PERSENTAS E
1	Apakah anda telah menguasai tentang materi dan teknik bisnis yang akan anda lakukan ?	3	10%	27	90%
2	Apakah anda mempunyai kepercayaan diri untuk menjadi entrepreneur saat ini ?	7	23.3%	23	76.7%
3	Apakah anda sudah mempunyai dasar kepemimpinan dalam	12	40%	18	60%

	berwirausaha ?				
--	----------------	--	--	--	--

Sumber : *data diolah Peneliti*

Berdasarkan hasil survei awal diatas (**Tabel 1.4**) kepada 30 responden yang merupakan Generasi *Milenial* Mahasiswa Kelas Karyawan Program Studi Manajemen Universitas Komputer Indonesia diperoleh hasil bahwa 10% responden menjawab Ya, bahwa responden menguasai materi dan teknik bisnis yang akan dilakukan, dan 90% menjawab Tidak menguasai materi dan teknik bisnis yang akan dilakukan. Hal ini menunjukkan bahwa Generasi *Milenial* Mahasiswa Kelas Karyawan Program Studi Manajemen Universitas Komputer Indonesia sebagian besar belum menguasai materi dan teknik bisnis yang akan dilakukan. Berdasarkan hasil survey awal kepada 30 responden, responden yang merupakan Generasi *Milenial* Mahasiswa Kelas Karyawan Kelas Karyawan Program Studi Manajemen Universitas Komputer Indonesia diperoleh hasil bahwa 23.3% menjawab Ya responden mempunyai kepercayaan diri untuk menjadi entrepreneur pada saat ini, sedangkan 76.7% responden menjawab Tidak mempunyai kepercayaan diri untuk menjadi entrepreneur pada saat ini. Hal ini menunjukkan bahwa responden yang merupakan Generasi *Milenial* Mahasiswa Kelas Karyawan Program Studi Manajemen Universitas Komputer Indonesia diperoleh hasil sebagian besar belum mempunyai rasa percaya diri untuk menjadi seorang entrepreneur pada saat ini. Berdasarkan hasil survey awal kepada 30 responden, responden yang merupakan Generasi *Milenial* Mahasiswa Kelas Karyawan Program Studi Manajemen Universitas Komputer Indonesia diperoleh hasil bahwa 40% responden menjawab Ya mempunyai dasar kepemimpinan

dalam berwirausaha, dan 60% menjawab Tidak memiliki dasar kepemimpinan dalam berwirausaha.

Kemudian, peneliti juga melakukan survey awal untuk membuktikan kebenaran yang terjadi dilapangan atas dasar permasalahan tentang Intensi Berwirausaha pada Generasi *Milenial* Mahasiswa Kelas Karyawan Program Studi Manajemen Universitas Komputer Indonesia terhadap 30 responden sebagai berikut:

**Tabel 1.5**  
**Survey Awal Intensi Berwirausaha (Y)**

NO	PERTANYAAN	YA	PERSENTASE	TIDAK	PERSENTASE
1	Apakah anda berminat untuk mempelajari tentang kewirausahaan ?	7	23.3%	23	76.7%
2	Apakah anda memahami nilai tambah dalam berwirausahaan ?	9	30%	21	70%

Sumber : data diolah peneliti

Berdasarkan hasil survei awal diatas (**Tabel 1.5**) kepada 30 responden yang merupakan Generasi *Milenial* Mahasiswa Kelas Karyawan Program Studi Manajemen Universitas Komputer Indonesia diperoleh hasil bahwa 23.3% responden menjawab Ya responden berminat untuk mempelajari tentang kewirausahaan, dan 76.7% menjawab Tidak berminat untuk mempelajari tentang kewirausahaan. Hal ini menunjukkan bahwa responden yang merupakan Generasi *Milenial* Mahasiswa Kelas Karyawan Program Studi Manajemen Universitas Komputer Indonesia diperoleh hasil sebagian besar tidak tertarik untuk mempelajari tentang kewirausahaan. Berdasarkan hasil survey awal kepada 30 responden, responden yang merupakan Generasi *Milenial* Mahasiswa Kelas Karyawan Program Studi Manajemen Komputer Indonesia diperoleh hasil bahwa 30% responden menjawab Ya memahami nilai

tambah dalam berwirausaha, dan 70% menjawab Tidak memahami nilai tambah dalam Berwirausaha. Hal ini menunjukkan bahwa bahwa responden yang Generasi *Milenial* Mahasiswa Kelas Karyawan Program Studi Manajemen diperoleh hasil sebagian besar tidak memahami nilai tambah dalam berwirausaha.

Berdasarkan fenomena dan hasil survey awal yang dilakukan peneliti, maka penulis tertarik memberi judul, yaitu **“Pengaruh Persepsi Keinginan dan Persepsi Kelayakan Terhadap Niat Berwirausaha Pada Generasi *Milenial* Survey Pada Mahasiswa Kelas Karyawan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Komputer Indonesia”**.

## **1.2 Identifikasi Dan Rumusan Masalah**

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian yang terdapat pada latar belakang penelitian. Serta untuk memberikan batasan terhadap permasalahan yang akan dibahas, maka identifikasi masalah yang akan dijadikan bahan penelitian sebagai berikut :

1. Dalam variabel persepsi keinginan kesadaran dan mengerti tentang tuntutan menjadi enrepreneur tidak seabanding dengan keinginan untuk menjadi seorang entrepreneur, komitmen untuk menjadi seorang entrepreneur tidak dimiliki pada Generasi *Milenial* Mahasiswa Kelas Karyawan Program Studi Manajemen Universitas Komputer Indonesia.
2. Dalam variabel persepsi penguasaan tentang materi dan teknik bisnis yang akan dijalankan, tidak dimiliki pada Generasi *Milenial* Mahasiswa Kelas Karyawan Program Studi Manajemen universitas komputer indonesia, begitu

juga kepercayaan diri dan dasar kepemimpinan tidak dimiliki Generasi *Milenial* Mahasiswa Kelas Karyawan Program Studi Manajemen Universitas Komputer Indonesia

3. Dalam variabel Niat berwirausaha minat untuk mempelajari tentang kewirausahaan dan memahami nilai tambah dalam berwirausaha Generasi *Milenial* Mahasiswa Kelas Karyawan Program Studi Manajemen Universitas Komputer Indonesia belum memiliki rasa ingin tahu tentang Berwirausaha.

### **1.2.2 Rumusan Masalah**

Dari uraian identifikasi masalah diatas, maka rumusan masalah diajukan adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana tanggapan responden terhadap Persepsi Keinginan pada Generasi *Milenial* Mahasiswa Kelas Karyawan Program Studi Manajemen Universitas Komputer Indonesia
2. Bagaimana tanggapan responden terhadap Persepsi Kelayakan pada Generasi *Milenial* Mahasiswa Kelas Karyawan Program Studi Manajemen Universitas Komputer Indonesia
3. Bagaimana tanggapan responden terhadap Niat Berwirausaha Generasi *Milenial* Mahasiswa Kelas Karyawan Program Studi Manajemen Universitas Komputer Indonesia
4. Seberapa besar pengaruh Persepsi Keinginan dan Persepsi Kelayakan terhadap Niat Berwirausaha dikalangan Generasi *Milenial* Mahasiswa Kelas Karyawan Program Studi Manajemen Universitas Komputer Indonesia secara Parsial dan Simultan.

### **1.3.1 Maksud dan Tujuan Penelitian**

Penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh data-data bahan yang diperlukan sebagaimana digambarkan dalam rumusan masalah mengenai pengaruh Persepsi Keinginan dan Persepsi Kelayakan terhadap Niat Berwirausaha pada Generasi *Milenial* Mahasiswa Kelas Karyawan Program Studi Manajemen Universitas Komputer Indonesia.

### **1.3.2 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui gambaran Persepsi Keinginan pada Generasi *Milenial* Mahasiswa Kelas Karyawan Program Studi Manajemen Universitas Komputer Indonesia.
2. Untuk mengetahui gambaran Persepsi Kelayakan pada Generasi *Milenial* Mahasiswa Kelas Karyawan Program Studi Manajemen Universitas Komputer Indonesia.
3. Untuk mengetahui gambaran Niat Berwirausaha Generasi *Milenial* Mahasiswa Kelas Karyawan Program Studi Manajemen Universitas Komputer Indonesia.
4. Untuk mengetahui gambaran Persepsi Keinginan dan Persepsi Kelayakan terhadap Niat Berwirausaha dikalangan Generasi *Milenial* Mahasiswa Kelas Karyawan Program Studi Manajemen Universitas Komputer Indonesia secara Simultan dan Parsial.

### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Berdasarkan dari tujuan dilakukannya penelitian ini, penulis berharap bahwa penelitian ini akan memberi manfaat bagi berbagai pihak terkait. Hasil penelitian ini

diharapkan berguna baik secara langsung maupun tidak langsung bagi semua kalangan baik bagi aspek guna laksana (praktis) maupun aspek keilmuan (akademis)

## **2. Kegunaan Penelitian**

Berdasarkan dari tujuan dilakukannya penelitian ini, penulis berharap bahwa penelitian ini akan memberi manfaat bagi berbagai pihak terkait. Hasil penelitian ini diharapkan berguna baik secara langsung maupun tidak langsung bagi semua kalangan baik bagi aspek guna laksana (praktis) maupun aspek keilmuan (akademis)

### **1.4.1 Kegunaan Praktis**

Penelitian ini dapat membantu pihak terkait dalam memngetahui tentang pengeruh Persepsi Keinginan dan Persepsi Kelayakan terhadap Niat Berwirausaha pada dikalangan Generasi *Milenial* Mahasiswa Kelas Karyawan Program Studi Manajemen Universitas Komputer Indonesia.

### **1.4.2 Kegunaan Akademis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan atau referensi bagi penelitian lainnya yang sejenis di waktu yang akan datang.

## **1.5 Lokasi Dan Waktu Penelitian**

### **1.5.1 Lokasi Penelitian**

Dalam penelitian ini, penulis mengambil penelitian dan pengumpulan data pada kalangan Generasi *Milenial* Mahasiswa Kelas Karyawan Program Studi Manajemen Universitas Komputer Indonesia yang berada di lingkungan kampus.

### **1.5.2 Waktu penelitian**

Penelitian ini dilakukan mulai bulan Maret 2019 sampai dengan bulan Agustus 2019

adapun jadwal penelitian penulis sebagai berikut :

Tabel 1.4  
Jadwal Kegiatan Penelitian

NO	Uraian	WAKTU KEGIATAN																							
		Maret				April				Mei				Juni				Juli				Agustus			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Survey Tempat Penelitian	■		■																					
2	Melakukan Penelitian		■	■																					
3	Mencari Data				■	■	■																		
4	Membuat Proposal					■	■	■																	
5	Seminar								■																
6	Revisi									■	■														
7	Penelitian Lapangan											■	■	■	■	■	■	■							
8	Bimbingan													■	■	■	■	■	■	■					
9	Sidang																				■	■	■	■	■

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

#### 2.1 Kajian Pustaka

##### 2.1.1 Persepsi Keinginan

###### 2.1.1.1. Definisi Persepsi Keinginan

Persepsi Keinginan adalah bias personal seseorang yang memandang penciptaan usaha baru sebagai sesuatu yang menarik dan diinginkan **Susetyo (2013:385)**. Bias ini mengacu pada sikap kewirausahaan seseorang yang menginginkan sebuah usaha atau tingkatan seseorang dalam mengevaluasi hasil yang menguntungkan dan merugikan dari hasil kegiatan kewirausahaan. Oleh karena itu

jumlah keinginan tertentu akan berhubungan positif dengan kewirausahaan. Sejauh individu memiliki kesan holistik sangat menguntungkan untuk menciptakan usaha, maka akan cenderung memiliki niat untuk menciptakan usaha **Shook dan Bratianu, (2010: 273)**.

**Jose Veciana et al., dan Yusuf (2011:165)** menyatakan bahwa persepsi keinginan mencakup dari dua Teori Perilaku Terencana yaitu attitude toward the act and social norms. Menurut Teori Perilaku Terencana, sikap terhadap tindakan itu mengacu pada sejauh mana seseorang memiliki evaluasi yang menguntungkan atau tidak menguntungkan dalam penilaian perilaku

Yang bersangkutan. Ini terkait dengan persepsi kita dalam melakukan atau membuat sebuah usaha yang mendapat dukungan dari orang-orang penting bagi kita.

**Linan dan Cohard (2011:198)** menyatakan bahwa persepsi keinginan yaitu tingkat ketertarikan seseorang terhadap suatu perilaku dipengaruhi oleh sikapnya dalam memandang perilaku tersebut (personal attitude). Jika pandangannya positif maka individu akan tertarik untuk berwirausaha, namun sebaliknya jika pandangannya negatif maka individu tidak akan tertarik untuk berwirausaha. Kemudian persepsi terhadap norma sosial (perceived social norm) yang mempengaruhinya dalam memanaang kewirausahaan seperti dukungan keluarga, teman, masyarakat, atau model yang dianggap penting.

Berdasarkan definisi diatas maka penulis menyatakan bahwa yang dimaksud dengan persepsi keinginan adalah bias seseorang yang memandang penciptaan usaha baru yang menarik dan diinginkan. Dalam hal ini jumlah keinginan yang positif pada

seseorang akan mencari celah peluang untuk mendapatkan keuntungan, disisi lain bias keinginan ini terdapat dorongan atau dukungan pada orang-orang terdekatnya dan melihat seseorang pengusaha yang sudah mengalami kesuksesan, sehingga mengacu untuk memulai usaha baru.

#### **2.1.1.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Keinginan**

**Yusuf (2011:165)** meneliti konsep persepsi keinginan menggunakan data pada keluarga, kelompok sebaya, kelompok etnis, konteks pendidikan dan pengusaha professional.

##### **1. Keluarga**

Dalam kasus keluarga, bahwa anggota keluarga terutama ayah atau ibu memainkan peran yang paling kuat dalam membangun keinginan dan kredibilitas dari tindakan kewirausahaan bagi seorang individu

##### **2. Kelompok Sebaya**

Teman sebaya merupakan salah satu faktor pendorong seseorang dalam minat berwirausaha. Seperti yang dikatakan **Buchari Alma (2013: 7)** dorongan membentuk wirausaha juga datang dari teman sepergaulan, lingkungan famili, sahabat dimana mereka dapat berdiskusi tentang segala hal baik itu ide-ide wirausaha maupun masalah yang dihadapi serta cara-cara pemecahan masalah. "Teman-teman selalu merupakan sumber ide"

##### **3. Konteks Pendidikan**

Pendidikan kewirausahaan berkaitan dengan seperangkat program

pendidikan dan pelatihan yang mencoba mengarahkan pada perilaku kewirausahaan atau memberikan elemen-elemen yang berpengaruh pada intensi seseorang seperti pengetahuan kewirausahaan, menumbuhkan keinginan berwirausaha melalui mengadakan kegiatan kewirausahaan (Selcuk and Turker, 2009). Pendidikan kewirausahaan merupakan faktor yang penting dalam membentuk budaya wirausaha yang positif. Demikian pula mendukung satu kultur tidak hanya memfokuskan pada bagaimana untuk mulai suatu bisnis, finansial dan manajemen, tetapi juga ke sikap lebih luas seperti kreativitas, pengambilan resiko, dan lain-lain

Pendidikan kewirausahaan merupakan faktor yang penting dalam membentuk budaya wirausaha yang positif. Demikian pula mendukung satu kultur tidak hanya memfokuskan pada bagaimana untuk mulai suatu bisnis, finansial dan manajemen, tetapi juga ke sikap lebih luas seperti kreativitas, pengambilan resiko, dan lain-lain

#### **4. Kelompok Etnis**

Etnis atau suku merupakan suatu kesatuan sosial yang dapat dibedakan dari kesatuan yang lain berdasarkan akar dan identitas kebudayaan, terutama bahasa. Dengan kata lain etnis adalah kelompok manusia yang terikat oleh kesadaran dan identitas tadi sering kali dikuatkan oleh kesatuan bahasa

Dari pendapat di atas dapat dilihat bahwa etnis ditentukan oleh adanya kesadaran kelompok, dari warna kulit sampai asal usul, acuan kepercayaan, status kelompok minoritas, kelas stratifikasi, keanggotaan politik bahkan program belajar, pengakuan akan kesatuan kebudayaan dan

juga persamaan asal-usul.

#### **5. Pengusaha Profesional**

Istilah profesional itu berlaku untuk semua aparat mulai dari tingkat atas sampai tingkat bawah. Profesionalisme dapat diartikan sebagai suatu kemampuan dan keterampilan seseorang dalam melakukan pekerjaan menurut bidang dan tingkatan masing-masing. Profesionalisme menyangkut kecocokan antara kemampuan yang dimiliki oleh birokrasi dengan kebutuhan tugas, terpenuhi kecocokan antara kemampuan dengan kebutuhan tugas merupakan syarat terbentuknya aparatur yang profesional. Artinya keahlian dan kemampuan aparat merefleksikan arah dan tujuan yang ingin di capai oleh sebuah organisasi.

**Menurut Yuwono (2011:9)** Profesional adalah, “Pekerja yang menjalankan profesi tersebut.

Dari teori Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi keinginan diatas dapat disimpulkan dengan cara yang sama, semakin besar jumlah dan variasi pengusaha dalam suatu budaya tertentu, semakin besar kemungkinan bahwa individu-individu dalam budaya tersebut yang akan membentuk sebuah usaha.

#### **2.1.1.3. Indikator Persepsi Keinginan**

Banyak indikator yang dapat digunakan untuk mengukur motif Persepsi Keinginan. **Linan dan Cohard (2011:198) dalam Lindawati (2014)** menyatakan bahwa indikator dari Persepsi keinginan dapat diukur berdasarkan :

##### *1. Personal attitude*

Personal attitude merupakan sikap –sikap individu yang baik negatif ataupun positif pada wirausaha sehingga mampu mengaruhi minat wirausaha pada

individu tersebut.

## 2. *Subjective Social Norm*

Norma subjektif adalah bagaimana norma-norma subjektif yang ada di sekitar diri individu seperti peran gender, keluarga, teman sepeergaulan, pengalaman-pengalaman pribadi di sekitar mampu mempengaruhi minat berwirausaha individu tersebut. Dalam hipotesis penelitian **Muhammad Iffan, (2018:225)** menyatakan bahwa intensi berwirausaha berpengaruh signifikan terhadap norma subyektif. Penelitian ini norma subyektif sebagai dimensi dalam motivasi wirausaha variabel yang mempengaruhi kewirausahaan jangka pendek niat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor norma subyektif memiliki pengaruh signifikan terhadap kewirausahaan jangka pendek niat baik secara parsial atau simultan.

### 2.1.2 Persepsi Kelayakan

#### 2.1.2.1 Definisi Persepsi Kelayakan

Perceived feasibility adalah sebuah tindakan yang bersifat fundamental dan ekspansif apabila belum melakukan sebuah kajian mengenai kelayakan untuk melakukan tindakan tersebut. *Persepsi Kelayakan* menunjukkan derajat kepercayaan dimana seseorang memandang dirinya mempunyai kemampuan untuk mengumpulkan sumberdaya-sumberdaya (manusia, sosial, finansial) untuk membangun usaha baru **Susetyo, (2013)**.

Berbagai model kognitif akan menjelaskan motivasi untuk mengembangkan bisnis baru sesungguhnya analog dengan *expectancy theory* yang dikemukakan oleh **Yusuf, (2011)**. Teori harapan berusaha menjelaskan bagaimana sesungguhnya

seseorang memilih hasil yang paling sesuai dengan keinginan atau harapannya. Teori ini menkonseptualisasikan motivasi sebagai hasil dari harapan (*expectancy*), instrumentalitas (*instrumentality*) dan kapasitas untuk mengkombinasikannya (*valence*). Harapan adalah analog dengan Persepsi Kelayakan dan *Efikasi Diri* yang biasa digunakan sebagai ukuran atau indikator untuk memprediksi motivasi wirausaha .

**Dedy Purwana et al., (2016: 278)** menggunakan istilah yang berbeda, yaitu persepsi tentang kelayakan, yang merujuk pada tingkat perasaan yang dimiliki individu mengenai kemampuan/kapabilitas yang dimiliki dalam mengelola usaha.

Model yang dikembangkan **Dwayne, (2010)** telah mempertimbangkan efikasi diri sebagai *proxy* terhadap kelayakan yang merupakan prediktor penting terhadap niat berperilaku. **Chen et al., (2012) dalam Dwayne 2010)** menemukan bahwa efikasi diri kewirausahaan merupakan ukuran yang handal (*reliable*) untuk membedakan antara para pendiri perusahaan dengan bukan pendiri perusahaan.

**Yusuf (2011)** memodifikasi model Shepero-Krueger. Mereka menggunakan efikasi diri sebagai *proxy* terhadap *Persepsi Kelayakan*. Hal ini dilakukan sebab mereka berkeyakinan bahwa seseorang akan termotivasi untuk menjadi wirausahawan jika ia dipercaya bahwa bekerja secara mandiri (berwirausaha) lebih memungkinkan untuk mendapatkan hasil (*outcome*) yang lebih baik daripada bekerja pada orang lain (menjadi karyawan). Dengan kata lain, motivasi menjadi wirausahawan didorong oleh adanya perbedaan antara keinginan untuk bekerja pada orang lain.

Dari teori diatas penulis dapat menyimpulkan bahwa seseorang atau organisasi harus mempunyai potensi serta asset untuk melakukan sebuah tindakan yang bersifat fundamental dan eskpansif.Serta memiliki kepercayaan bahwa dirinya mempunyai kemampuan untuk mengumpulkan sumberdaya manusia, sosial, serta financial untuk menciptakan usaha baru. Jika seseorang memutuskan untuk membangun usaha atau bisnis baru, maka hal itu merupakan hasil *process-oriented cognitive*. Sebab ia mampu berpikir tentang hasil tersebut memang layak atau pantas diraihny. Sebaliknya, ia tidak akan memutuskan untuk memulai suatu bisnis baru seandainya ia tidak dapat menentukan hasil yang dicapai dan apakah hasil tersebut memang diinginkan dan layak untuk diperoleh.

Dari teori **Dedy Purwana et al., 2016)** penulis mengambil kesimpulan bahwa definisi *perceived feasibility* serupa dengan pengertian dari *Sel-efficacy*.

#### **2.1.2.2 Konsep Persepsi Kelayakan**

Menurut **Yusuf, (2011)** menyatakan bahwa efikasi diri adalah keyakinan seseorang terhadap kemampuan dirinya untuk melakukan sesuatu pekerjaan danmendapatkan prestasi tertentu. Lebih lanjut Bandura menyatakan bahwa efikasi diri akan menentukan cara seseorang untuk berpikir, bertindak dan memotivasi diri mereka menghadapi kesulitan dan permasalahan. Sukses atau gagalnya seseorang ketika melakukan tugas tertentu ditentukan oleh efikasi dirinya. Orang yang memiliki efikasi diri yang tinggi akan bisa menghadapi kegagalan dan hambatan yang mereka hadapi, stabil emosinya, bersikap dan memiliki internal locus of control yang tinggi.

Konsep self efficacy sebenarnya adalah inti dari teori *social cognitive* yang

dikemukakan oleh Albert Bandura yang menekankan peran belajar observasional, pengalaman social, dan determinisme timbal balik dalam pengembangan kepribadian. Menurut **Jess Feist & Feist, (2010:212)** *self efficacy* adalah keyakinan seseorang dalam kemampuannya untuk melakukan suatu bentuk kontrol terhadap fungsi orang itu sendiri dan kejadian dalam lingkungan. Bandura juga menggambarkan *Self Efficacy* sebagai penentu bagaimana orang merasa, berfikir, memotivasi diri, dan berperilaku.

Efikasi diri merupakan salah satu aspek pengetahuan tentang diri atau *self knowledge* yang paling berpengaruh dalam kehidupan manusia sehari-hari. Hal ini disebabkan efikasi diri yang dimiliki ikut mempengaruhi individu dalam menentukan tindakan yang akan dilakukan untuk mencapai suatu tujuan termasuk di dalamnya perkiraan berbagai kejadian yang akan dihadapi. Efikasi diri yakni keyakinan bahwa seseorang bisa menguasai situasi dan mendapatkan hasil positif.

**Alwisol (2009:287)**, menyatakan bahwa efikasi diri sebagai persepsi diri sendiri mengenai seberapa bagus diri dapat berfungsi dalam situasi tertentu, efikasi diri berhubungan dengan keyakinan bahwa diri memiliki kemampuan melakukan tindakan yang diharapkan.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa efikasi diri adalah keyakinan individu pada kemampuan dirinya sendiri dalam menghadapi atau menyelesaikan suatu tugas, mencapai tujuan, dan mengatasi hambatan untuk mencapai suatu hasil dalam situasi tertentu.

### **2.1.2.3 Indikator Persepsi Kelayakan**

**Linan dan Cohard Linan dan Cohard 2011:198 (dalam Gian, 2016)** menyatakan Perceived Feasibility (persepsi kelayakan/ kemampuan) yaitu tingkat

perasaan seseorang yang menganggap dirinya secara personal mampu melakukan suatu perilaku. Indikator Perceived Feasibility adalah sebagai berikut:

**A. Kepercayaan diri**

Menurut Khayyirah, (2013:93), kepercayaan diri adalah keyakinan seseorang untuk dapat menaklukkan rasa takut menghadapi berbagai situasi. Pengertian tersebut dikuatkan oleh seorang ahli yaitu **Dr. Robert Anthony dalam Khayyirah, (2013:93)** yang mengatakan bahwa kepercayaan diri adalah keyakinan seseorang yang diperoleh melalui monolog dengan dirinya sendiri yang bersifat internal. Dikatakan pula oleh Hakim dalam Skripsi **Evi Fitriani, (2015:30)**, yang menyatakan bahwa percaya diri adalah suatu keyakinan seseorang terhadap aspek kelebihan yang dimilikinya dan keyakinan tersebut membuatnya mampu mencapai tujuan di dalam hidupnya. Berdasarkan pernyataan di atas, secara sederhana percaya diri dapat didefinisikan sebagai suatu keyakinan seseorang terhadap kemampuan yang dimiliki dalam dirinya sendiri.

**B. Kepemimpinan Sumber Daya Manusia**

Menurut Greenberg et al. (Greenberg et al, 2011) kepemimpinan wirausaha melibatkan model baru pemikiran dan tindakan, yang dimulai dengan pandangan dunia yang berbeda secara fundamental dari bisnis dan menerapkan pengambilan keputusan yang tidak logis. Sedangkan menurut Robbins dan Judge (Robbins dan Judge, 2013) kepemimpinan adalah kemampuan untuk mempengaruhi suatu kelompok ke arah pencapaian visi atau serangkaian tujuan.

**C. Keyakinan Akan Sukses**

Selalu yakin dengan apa yang dilakukan. Yakin bahwa apa yang dilakukan itu bermanfaat, baik bagi diri sendiri, maupun orang lain. Tidak perlu peduli dengan

pendapat orang-orang yang tidak setuju. Keyakinan itu nantinya akan menumbuhkan rasa percaya diri. Sebelum bertindak sebaiknya juga dipikirkan dulu untung ruginya, agar tidak menimbulkan resiko buruk bagi diri sendiri maupun orang lain. Sumber ([www.tommCIFLE.com/kepercayaan-diri-modal-paling-penting-dalam-memulai-bisnis/](http://www.tommCIFLE.com/kepercayaan-diri-modal-paling-penting-dalam-memulai-bisnis/))

Dari paparan diatas dapat dihasilkan bahwa indicator Persepsi Kelayakan perceived feasibility terdapat, kepercayaan diri untuk mengelola usaha, kepemimpinan sumber daya manusia, dan keyakinan akan sukses dalam menjalankan berwirausaha.

### **2.1.3 Niat Berwirausaha**

#### **2.1.3.1 Definisi Niat Berwirausaha**

Menurut **Azwar, (2013)** bahwa intensi berwirausaha atau niat kewirausahaan merupakan langkah awal dari sebuah proses pendirian suatu usaha yang umumnya bersifat jangka panjang. Intensi menurut **Suprapti, (2015:6)** merupakan komponen dalam diri individu yang mengacu pada keinginan untuk melakukan tingkah laku tertentu. Intensi didefinisikan sebagai dimensi probabilitas subjektif individu dalam kaitan antara diri dan perilaku.

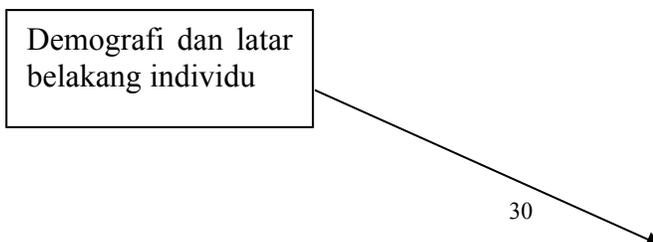
Sedangkan menurut **Farida dan Mahmud, (2015 : 39)** intensi adalah kesungguhan niat seseorang untuk melakukan perbuatan atau memunculkan suatu perilaku tertentu. Intensi kewirausahaan dapat diartikan sebagai proses pencarian informasi yang dapat digunakan untuk mencapai tujuan pembentukan suatu usaha **Farida dan Mahmud, (2015 : 39).**

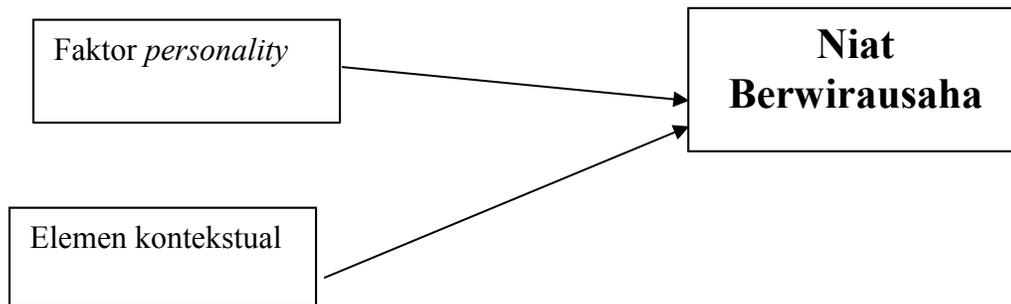
**Indarti dan Rostiani, 2011: 4)** menyatakan bahwa “intensi dapat dijadikan sebagai pendekatan dasar yang masuk akal untuk memahami siapa-siapa yang akan menjadi wirausaha”. Intensi merupakan suatu kebulatan tekad untuk melakukan aktivitas tertentu atau menghasilkan suatu keadaan tertentu di masa depan. Intensi menurutnya adalah bagian vital dari self regulation individu yang dilatar belakangi oleh motivasi untuk bertindak.

Berdasarkan uraian di atas dapat dinyatakan bahwa intensi adalah kesungguhan niat atau keinginan seseorang untuk melakukan perbuatan atau memunculkan suatu perilaku tertentu. Dan intensi merupakan indikator penting yang dapat digunakan untuk memprediksi suatu perubahan perilaku di masa mendatang karena intensi mempunyai hubungan yang sangat dekat dengan perilaku yang diinginkan. Sedangkan intensi kewirausahaan dapat diartikan sebagai keinginan atau niat yang ada pada diri seseorang untuk menampilkan perilaku berwirausaha yang dapat dilihat dari niatan seseorang untuk dapat memanfaatkan peluang, menjadi seorang yang kreatif dan mandiri serta mampu mengolah sumber daya yang ada.

### **2.1.3.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Berwirausaha**

Menurut **Indarti dan Kristiansen (2010) Dalam Nurhidayah, (2014: 22)** intensi berwirausaha dipengaruhi oleh tiga hal yaitu faktor demografi dan latar belakang individu; faktor kepribadiannya (personality); dan yang terakhir faktor elemen kontekstual. Ketiga faktor tersebut digambarkan dalam bagan sebagai berikut.





**Gambar 2.1** Faktor-faktor yang Mempengaruhi Intensi Berwirausaha Menurut Nurhidayah, (2014: 22)

**Indarti dan Rostiani, 2010: 10)** mengungkapkan bahwa beberapa penelitian mendukung bahwa faktor demografis berpengaruh terhadap keinginan seseorang untuk menjadi wirausaha. Faktor demografis ini antara lain gender, umur, pendidikan dan pengalaman seseorang. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian **Sarwoko (2011: 133)** menemukan bahwa “laki-laki dan perempuan memiliki intensiberwirausaha yang berbeda. Laki-laki lebih besar keinginan untuk menjadi berhasil dalam karirnya, lebih berani mengambil resiko dengan menekuni bidang kewirausahaan”.

Faktor yang kedua yaitu karakteristik kepribadian seseorang. (**Indarti dan Rostiani, (2011:5), dalam Pujayanti, 2017)** memperkenalkan bahwa konsep kebutuhan akan berprestasi sebagai salah satu motif psikologis. Lebih lanjut, Mc Clelland menegaskan bahwa kebutuhan akan prestasi sebagai salah satu karakteristik kepribadian seseorang yang akan mendorong seseorang untuk memiliki intensi kewirausahaan. **Pujayanti, (2017)** menjelaskan bahwa “seseorang yang memiliki kebutuhan akan berprestasi mempunyai kecenderungan untuk tekun bahkan terdorong untuk memenuhi tugas yang diembankan pada dirinya”.

Faktor yang ketiga yaitu elemen kontekstual. Menurut **Indarti (Indarti dan Rostiani, 2010: 8, dalam Pujayanti, 2017)** bahwa “elemen kontekstual yang meliputi tiga faktor lingkungan yang dipercaya mempengaruhi wirausaha yaitu akses mereka kepada modal, informasi dan kualitas jaringan sosial yang dimiliki, yang kemudian disebut kesiapan instrumen”.

Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat tiga faktor yang mempengaruhi intensi berwirausaha. Ketiga faktor tersebut yaitu faktor demografi, faktor kepribadian (*personality*), dan faktor elemen kontekstual. Yang mana pada faktor demografi menjelaskan bahwa keinginan atau niatan seorang laki-laki dalam membuka usaha lebih besar dibandingkan keinginan atau niatan seorang perempuan dalam membuka suatu usaha. Faktor *personality* menjelaskan bahwa kebutuhan akan prestasi sangat mempengaruhi keinginan seseorang dalam membuka suatu usaha. Dan faktor elemen kontekstual menjelaskan bahwa lingkungan yang dipercaya dapat mempengaruhi wirausaha seperti akses seseorang dalam modal, informasi jaringan sosial yang dimiliki.

### **2.1.3.3 Intensi Berwirausaha Yang Terjadi Pada Mahasiswa**

Menurut **Wibowo 2011: (76)**, sudah saatnya kampus-kampus di daerah menjadi pusat kewirausahaan, yang berperan bukan saja menyebarkan benih kewirausahaan kepada mahasiswa, tetapi juga kepada masyarakat. Mahasiswa dari berbagai disiplin ilmu, tidak hanya diajari bagaimana bisa bekerja dengan baik, tetapi juga dipacu untuk bisa menjadi pemilik dari berbagai usaha yang sesuai dengan latar belakang ilmu mereka. Dalam konteks pendidikan kewirausahaan, **Wibowo, 2011:**

77), tampaknya partisipasi mahasiswa dan kemampuan perguruan tinggi perlu disinergikan. Sementara dalam kurikulum, karakter keilmuan kewirausahaan sebaiknya didesain untuk mengetahui, melakukan dan menjadi entrepreneur. Mahasiswa dilatih merealisasikan inovasi teknologi kedalam praktik bisnis. Program penguatan untuk mendorong aktivitas berwirausaha dan percepatan pertumbuhan wirausaha baru yang telah direncanakan pemerintah. Para mahasiswa sejak awal masuk Perguruan Tinggi, sudah harus menyiapkan mental positif bahwa kuliah bukan segala-galanya. Persiapan mental itu selanjutnya dibagi barengi dengan sikap membuka diri, cerdas menyiasatipeluang, dan kreatif mencari ilmu-ilmu praktis yang berguna untuk kehidupan kelak. Memang benar jika kuliah itu haruslah dilakukan secara sungguh-sungguh, akan tetapi apa salah nya jika disela-sela waktu luang kuliah, mahasiswa mencoba mempraktikan teori kewirausahaan yang sudah didapat, misalnya, membuka usaha-usaha yang praktis, namun menghasilkan secara materi dan finansial. Hanya saja, usaha-usaha itu jangan sampai mengabaikan tugas pokok sebagai mahasiswa, sehingga tidak ada alasan terlambat selesai studi karena sibuk berwirausaha, cari uang dan sebagainya. Usaha praktis itu misalnya jualan pulsa, online shop dan lainnya.

#### **2.1.3.4 Indikator Niat Berwirausaha**

**Menurut Isabella (2010: 14)** adapun indikator dari intensi berwirausaha adalah sebagai berikut :

##### **1. Pendidikan**

Pendidikan kewirausahaan merupakan faktor yang penting dalam membentuk

budaya wirausaha yang positif. demikian pula mendukung satu kultur tidak hanya memfokuskan pada bagaimana untuk mulai suatu bisnis, finansial dan manajemen, tetapi juga ke sikap lebih luas seperti kreativitas, pengambilan resiko, dan lain-lain **Isabella, (2010 : 14).**

Pendidikan kewirausahaan berkaitan dengan seperangkat program pendidikan dan pelatihan yang mencoba mengarahkan pada perilaku kewirausahaan atau memberikan elemen-elemen yang berpengaruh pada intensi seseorang seperti pengetahuan kewirausahaan, menumbuhkan keinginan berwirausaha melalui mengadakan kegiatan kewirausahaan **Selcuk and Turker (2019) dalam Isabella, (2010 : 14).**

Sehingga dari teori di atas penulis dapat menyimpulkan bahwa pendidikan kewirausahaan berperan penting dalam mengenali sikap kewirausahaan yang ada pada diri mahasiswa, karena pada dasarnya program dasar pendidikan kewirausahaan umumnya ditargetkan pada mahasiswa yang masih duduk dibangku kuliah.

## **2. Pengalaman Kerja**

Ketika seseorang sudah mempunyai pengalaman dalam berwirausaha maka orang tersebut akan lebih siap dalam mendirikan usaha baru karena sebelumnya sudah memahami kemampuan manajerial. Salah satu contohnya itu seperti mahasiswa yang menyelingkan kegiatan perkuliahannya dengan berjualan onlineshop, jika usaha berjalan dengan baik dan mendapatkan keuntungan yang lumayan maka mahasiswa tersebut akan semakin giat dalam menjalankan usahanya tersebut, sehingga lama kelamaan mahasiswa tersebut dengan sendirinya mampu memenej atau mengelola penjualannya ataupun produk yang dijualnya **(Pujiyanti,**

2017).

### **3. Keluarga**

**Menurut Isabella, (2010 : 17),** mahasiswa dengan orang tua yang berwirausaha memiliki intensi berwirausaha karena orang tua mereka sebagai model panutan. Anak-anak yang mempunyai pandangan kewirausahaan dan berasal dari keluarga wirausahawan akan mempunyai pandangan yang positif dan realistis terhadap persyaratan yang diperlukan untuk menjadi seorang pengusaha. Orang-orang yang mempunyai dukungan keluarga yang kuat akan siap menghadapi kemampuan dan sumber daya yang diperlukan dalam berwirausaha.

Dari uraian di atas diketahui bahwa indikator dari intensi berwirausaha adalah pendidikan, pengalaman kerja dan keluarga. Dimana pendidikan dapat cepat menumbuhkan intensi berwirausaha pada diri seseorang, karena pendidikan kewirausahaan yang telah dipelajari di sekolah maupun perguruan tinggi memiliki tujuan untuk mendorong siswa/mahasiswanya memiliki keinginan dalam berwirausaha. Pada seseorang yang telah memiliki pengalaman berwirausaha sebelumnya juga dapat meningkatkan keinginan seseorang tersebut dalam membuka usaha mereka sendiri. Dan seseorang yang berlatar belakang wirausaha atau memiliki keluarga yang memiliki usaha dapat cepat menumbuhkan keinginan untuk membuka usaha terlebih usaha yang dijalankan keluarga sudah berhasil.

#### **2.1.4 Penelitian Terdahulu**

Selanjutnya untuk mendukung penelitian ini, dapat di sajikan daftar penelitian terdahulu dan teori yang sudah dijabarkan atau dikemukakan sehingga dapat

membedakan keorisinalitasan penelitian ini.

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

NO	NAMA	JUDUL	KESIMPULAN	PERSAMAAN	PERBEDAAN
1	Finnah Fourqoniah Jurnal Pendidikan Bisnis dan Manajemen, Volume 1, Nomor 3, Nopember 2015	Pengaruh Adopsi Jejaring Sosial Terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa Program Sarjana di Indonesi	Dari Hasil Pengujian Hipotesis Didapatkan Kesimpulan Penelitian Yaitu Adopsi jejaring sosial online terbukti mempengarui perceived desirability dan perceived feasibility mahasiswa yang aktif dijejaring sosial..	Sama-Sama menggunakan Variabel Perceived Desirability dan Perceived Feasibility dalam meneliti	Tidak sama dalam meneliti variabel independen
2	Dissanayake, D.M.N.S.W.. (2013).Departm ent of commerce and Financial Management, Faculty of Commerce and Management Studies, University of Kelaniya	The Impact of Perceived Desirability and Perceived Feasibility on Entrepreneuria l Intention among Undergraduate Students in Sri Lanka: An Extended Model.Model	<i>According to the researcher's conceptualization, he suggested significant impacts of credibility, perceived feasibility and perceived desirability towards the entrepreneurial intention. Ultimately, the researcher satisfied with all hypothesis of the study.</i>	Penggunaan Variabel Perceived Desirability dan Perceived Feasibility sebagai Independen Dan Entrepreneurial Intention Sebagai Variabel Dependen	Peneliti Menggunakan Variable Credibility Sebagai Variabel Independen

	The Kelaniya Journal of Management. 2. 39-57. 10.4038/kjm.v2i1.6543.				
3	Hala W. Hattab The Journal of Entrepreneurship, 23, 1 (2014): 1–18 DOI: 10.1177/0971355713513346	Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Intentions of University Students in Egypt	<i>Results show that the percentage of students across three faculties of Engineering, Computer Science and Business Studies aspiring to pursue entrepreneurial careers is somewhat high. However, the percentage of students who confirmed their disinterest in entrepreneurship was higher among Engineering students, who were never exposed to entrepreneurship education. Among the group who studied entrepreneurship,</i>	Penggunaan Variabel Entrepreneurial Intentions Sebagai Variabel Dependen dan unit analisisnya sama-sama menggunakan mahasiswa	Peneliti Menggunakan Variable Entrepreneurship Education Variabel Independen

			<i>Business Studies students were more inclined towards starting their own businesses compared to Computer Science students</i>		
<b>4</b>	Anik Sri Widawati dan Budi Astuti Jurnal ISSN 1410-9018 SINERGI Kajian Bisnis Dan Manajemen Vol.13 No. 1, Juni 2012. Hal. 92-100	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Mahasiswa Untuk Berwirausaha : Aplikasi <i>Theory Of Planned Behavior</i>	Hasil analisis aplikasi dari Theory Of Planned Behavior berpengaruh signifikan terhadap Niat berwirausaha	Penggunaan Variabel Niat Berwirausaha sebagai variable dependen, dan unit analisisnya sama-sama menggunakan mahasiswa	Penggunaan Aplikasi Theory Of Planned Behavior sebagai Variable Independent
<b>5</b>	Susetyo DarmantoJurnal Imiah Dinamika Ekonomi Dan Bisnis Vol. 1 No. 2 Oktober 2013	Pengaruh Perceived Desirability,Pe rceived Feasibility, Propensity To Act Terhadap Intensi Berwirausaha	Hasil penelitian Perceived Desirability, Perceived Feasibilitydan Propensity to Act berpengaruh positif dan signifikan terhadap Intensi Berwirausaha	Sama-sama menggunakan Perceived Desirability dan Perceived Feasibility dalam meneliti.	Tidak sama menggunakan Variable Propensitiy To Act dalam variable Independent

	ISSN : 2337-6082				
6	Muhammad Yusuf Wibisono skripsi UNS-F. Ekonomi Jur. Manajemen-F0207140-2011	Analisis Pengaruh Pengalaman Berwirausaha, Persepsi Kelayakan Dan Persepsi Keinginan Terhadap Niat Berwirausah	Hasil analisis dari uji hipotesis bahwa Pengalaman Berwirausaha, Persepsi Kelayakan Dan Persepsi Keinginan berpengaruh signifikan terhadap Niat Berwirausaha	Sama-sama menggunakan variabel perspsi kelayakan dan persepsi keinginan sebagai variable independen dan variabel niat berwirausaha sebagai variabel dependen	Tidak sama variable pengaruh pengalaman kerja sebagai variable independent
7	Ida Farida dan Mahmud 3rd Economics & Business Research Festival 13 November 2014 ISBN:978-979-3775-555	Pengaruh Theory Planned Of Behavior Yangberdampak Pada Intensi Berwirausaha Mahasiswa	Hasil analisis penelitian 1.Tidak ada pengaruh yang signifikan antara sikap terhadap intensi mata kuliah Entrepreneurship 2.Ada pengaruh yang signifikan antara norma subyektif terhadap intensi mata kuliah Entrepreneurship 3.Ada pengaruh yang signifikan antara efikasi	Sama-sama menggunakan variabel Intensi Berwirausaha sebagai Variabel independen	Penggunaan Aplikasi Theory Of Planned Behavior sebagai Variable Independent

			diriterhadap intensi matakuliahEntrepreneurs hip.		
<b>8</b>	M. Iswahyudi dan Achmad Iqbal ASSETS Jurnal Akuntansi dan Pendidikan Vol. 7 No. 2 Hlmn. 95-104 Madiun, Oktober 2018 p-ISSN: 2302- 6251 e-ISSN: 2477-4995	pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap minat untuk berwirausaha generasi milenial dengan perceiv ed desirability da n perceived feasibility seba gai faktor mediasi.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa minat untuk berwirausaha pada generasi milenial tidak muncul ketika mereka mendapat pendidikan kewirausahaan, tetapi minatnya untuk berwirausaha muncul ketika setelah mereka mendapat pendidikan kewirausahaan mereka mempunyai keinginan untuk melakukan atau menerapkan apa yang didapatnya pada saat mendapat pendidikan kewirausahaan.	Sama-sama menggunakan variabel Perceived Desirability dan Perceived Feasibility, dan mahasiswa sebagai objek penelitian	Tidak sama menggunakan variabel pendidikan kewirausahaan

9	S.Moghavvemi, S.W. Phoong dan S.T. Lee VJM 2017, Vol. 03(1) 43-76 ISSN 2448- 9344 ISBN 978-955- 23-0019-3	Impact of Perceived Desirability, Perceived Feasibility and Performance Expectancy on Use of IT Innovation: Technology Adoption Decisions and Use Behaviour	<i>Overall, the results of this study significantly enhanced the understanding of the entrepreneur's technology adoption and use behaviour. Thus, several theoretical implications were derived from this study</i>	Sama-sama menggunakan variabel Perceived Desirability dan Perceived Feasibility, sebagai variabel independend	tidak sama menggunakan variabel teknologi inovasi
---	---	---	---	---	---

*Sumber : data diolah peneliti*

## 2.2 Kerangka Pemikiran

Persepsi keinginan adalah salah satu faktor untuk membangun bias personal mahasiswa dalam memandang penciptaan usaha baru yang menarik dan diinginkannya haruslah tumbuh secara positif. Jumlah keinginan yang positif pada seseorang akan mencari celah peluang untuk mendapatkan keuntungan, disisi lain bias keinginan ini terdapat dorongan atau dukungan pada orang-orang terdekatnya dan

melihat seseorang pengusaha yang sudah mengalami kesuksesan, sehingga mengacu untuk memulai usaha baru.

Bias ini mengacu pada sikap kewirausahaan seseorang yang menginginkan sebuah usaha atau tingkatan seseorang dalam mengevaluasi hasil yang menguntungkan dan merugikan dari hasil kegiatan kewirausahaan. Oleh karena itu jumlah keinginan tertentu akan berhubungan positif dengan kewirausahaan. Sejauh individu memiliki kesan holistik sangat menguntungkan untuk menciptakan usaha, maka akan cenderung memiliki niat untuk menciptakan usaha. Hal ini mengacu pada penelitian **Shook dan Bratianu, (2010: 273)**.

Berwirausaha tentunya tidak hanya mengandalkan keinginan saja tetapi juga kemampuan. Persepsi kelayakan, mahasiswa Kelas Karyawan fakultas ekonomi dan bisnis unikom harus mempunyai potensi serta asset untuk melakukan sebuah tindakan yang bersifat fundamental dan eskpansif. Serta memiliki kepercayaan bahwa dirinya mempunyai kemampuan untuk mengumpulkan sumberdaya manusia, sosial, serta financial untuk menciptakan usaha baru.

Jika mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis unikomm memutuskan untuk membangun usaha atau bisnis baru, maka hal itu merupakan hasil *process-oriented cognitive*. Sebab ia mampu berpikir tentang hasil tersebut memang layak atau pantas diraihinya. Sebaliknya, ia tidak akan memutuskan untuk memulai suatu bisnis baru seandainya ia tidak dapat menentukan hasil yang dicapai dan apakah hasil tersebut memang diinginkan dan layak untuk diperoleh. Hal ini mengacu pada penelitian **Segal et al., (2005) dalam Yusuf,(2011)**.

Niat Berwirausaha yaitu kecenderungan seseorang untuk memilih melakukan atau tidak melakukan sesuatu perilaku, pekerjaan, dan pekerjaan tertentu. Dalam hal ini mahasiswa Kelas Karyawan fakultas ekonomi dan bisnis unikom bertujuan untuk berwirausaha atau memulai usaha, membentuk bisnis, dan memulai usaha sendiri.

Niat merupakan prediktor terbaik bagi sebagian besar perilaku terencana, termasuk perilaku berwirausaha. Dalam penelitian kewirausahaan, intensi berwirausaha diartikan sebagai tendensi keinginan mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis mahasiswa unikom melakukan tindakan wirausaha dengan menciptakan produk baru melalui peluang bisnis dan pengambilan resiko.

Niat berperilaku juga tergantung pada dua faktor utama yaitu persepsi kelayakan dan persepsi keinginan. Konsep intensi berwirausaha terdiri dari persepsi keinginan sebagai daya tarik mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis unikom untuk memulai bisnis baru, dan persepsi kelayakan sebagai tolak ukur tentang kapabilitas pribadi berkaitan penciptaan bisnis baru. Hal ini mengacu pada penelitian **Shapero dan Dwayne, (2010) dalam Yusuf (2011)**.

### **2.2.1. Persepsi Keinginan Terhadap Intensi Berwirausaha**

Setiap orang akan membandingkan keinginan untuk bekerja sendiri secara mandiri atau bekerja sama dengan orang lain **Anik dan Budi Astuti, (2012:92)**. Jumlah dari keinginan tertentu akan berhubungan positif dengan niat kewirausahaan. Sejauh individu memiliki kesan holistik sangat menguntungkan untuk menciptakan usaha, maka akan cenderung memiliki niat untuk menciptakan usaha baru ( **Shook dan Bratianu, 2010:273**).

**Dwayne (2010:149)** menyatakan adanya perbedaan persepsi keinginan mengacu pada minat seseorang dalam memulai bisnis sendiri. Menurut **Dwayne (2010)** persepsi keinginan dalam diri seseorang akan mempengaruhi terhadap niat berwirausaha, selain itu persepsi kelayakan dalam diri seseorang merupakan suatu kompetensi pribadi yang mana akan dirasakan ketika akan memulai bisnis sendiri.

**Anik dan Astuti, 2012** menyatakan Persepsi Keinginan adalah *variable* paling dominan dalam mempengaruhi niat untuk berwirausaha mahasiswa.

Dalam uraian diatas dapat disimpulkan bahwa persepsi keinginan sangat berpengaruh terhadap Niat berwirausaha.

### **2.2.2 Persepsi Kelayakan Terhadap Niat Berwirausaha**

Persepsi Kelayakan menunjukkan derajat kepercayaan dimana seseorang memandang dirinya mempunyai kemampuan untuk mengumpulkan sumberdaya (manusia, sosial, finansial) untuk membangun usaha baru Anik dan Astuti, (2012). Persepsi Kelayakan dianggap sebagai faktor non-motivasi terhadap niat kewirausahaan. Kontrol perilaku yang dipersepsikan juga telah disebut sebagai kelayakan, khususnya dalam studi yang mengukur niat kewirausahaan Dissanayake, (2013).

Disisi lain Anik dan Astuti, (2012) menyatakan bahwa sejauh keyakinan individu dapat melakukan tugas-tugas yang terkait dengan penciptaan usaha dari Perceived Feasibility, maka individu cenderung akan memiliki sebuah Intensi Berwirausaha.

Dari penjelasan yang telah diuraikan diatas maka dapat disimpulkan bahwa

Perceived Feasibility berpengaruh terhadap Intensi Berwirausaha.

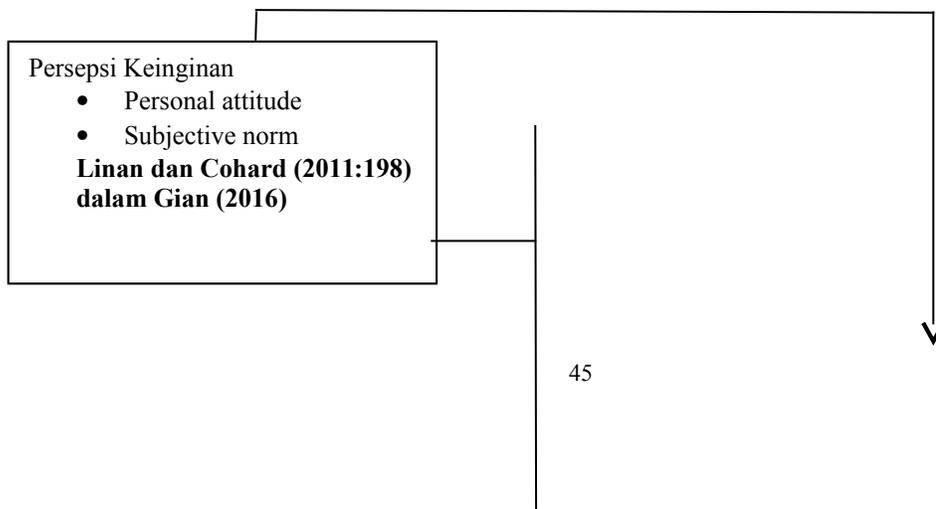
### 2.2.3 Persepsi keinginan dan Persepsi Kelayakan Terhadap Niat Berwirausaha

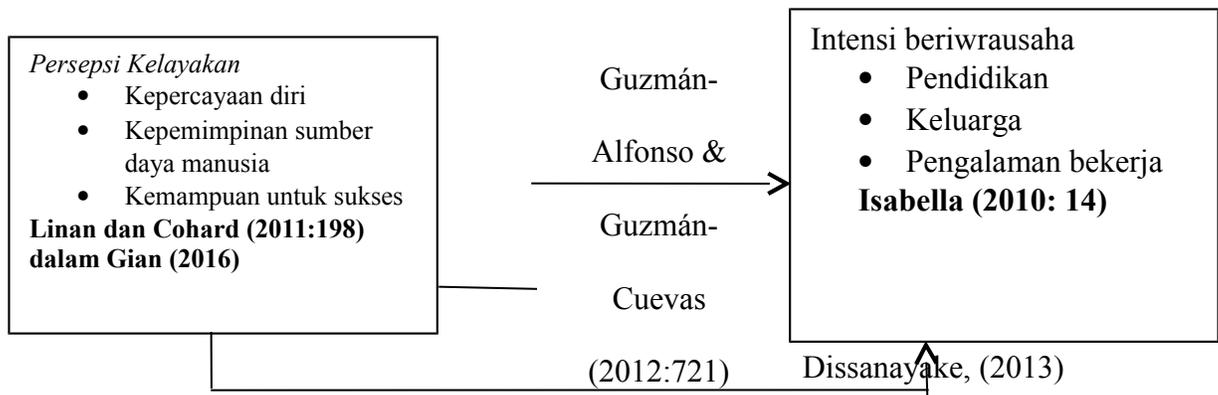
Beberapa penelitian telah membuktikan mengenai pengaruh Keinginan dan Kelayakan. Guzmán-Alfonso & Guzmán-Cuevas (2012:721) melakukan penelitian di Amerika latin untuk membuktikan apakah kedua faktor tersebut mampu untuk menciptakan minat peningkatan penciptaan usaha. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa kedua faktor tersebut menjadi faktor penentu minat kewirausahaan.

Yusuf, (2011) menyatakan niat adalah fungsi dari persepsi kelayakan dan persepsi keinginan dalam memulai bisnis. Penggunaan model niat sekarang diterima dengan baik dalam literature yang ada, dan peneliti telah mengalihkan perhatian mereka untuk mengembangkan lebih luas dan lebih komprehensif dalam menggunakan model untuk memprediksi niat untuk memulai dapat mempengaruhi niat berwirausaha yaitu Persepsi dan Persepsi Kelayakan.

Dari penjelasan yang telah diuraikan diatas maka dapat disimpulkan bahwa Persepsi Keinginan Dan Persepsi Kelayakan Berpangaruh Terhadap Intensi Berwirausaha. Dan berikut ini merupakan gambar paradigma berfikir dari penelitian ini

**Anik dan Budi Astuti, (2012:92).**





Gambar 2.1 Paradigma Penelitian

### 2.3 Hipotesis

Menurut Sugiyono (2011:64) menjelaskan tentang hipotesis sebagai berikut “Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta –fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik”.

Hipotesis penelitian dapat diartikan sebagai jawaban yang bersifat sementara terhadap masalah penelitian, sampai terbukti melalui data yang terkumpul dan harus diuji secara empiris. Berdasarkan uraian kerangka pemikiran di atas, maka hipotesis penelitian adalah sebagai berikut:

Sub Hipotesis :

H1: Variabel Persepsi keinginan berpengaruh terhadap Niat Berwirausaha survey

pada Generasi *Milenial* Mahasiswa Kelas Karyawan Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Komputer Indonesia.

H2: Variabel Persepsi Kelayakan berpengaruh terhadap Niat Berwirausaha

Survey pada Generasi *Milenial* Mahasiswa Kelas Karyawan Program Studi

Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Komputer Indonesia.

Hipotesis Utama: Terdapat Pengaruh Persepsi Keinginan dan Persepsi Kelayakan terhadap Niat Berwirausaha Survey pada Generasi *Milenial* Mahasiswa Kelas Karyawan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Komputer Indonesia.

## **OBJEK PENELITIAN DAN METODE PENELITIAN**

### **3.1 Objek Penelitian**

Menurut **Sugiyono (2009:38)** objek penelitian adalah sebagai berikut :“Suatu atribut atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti dan dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.

Berdasarkan kutipan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa objek penelitian merupakan hal yang mendasari suatu penelitian berdasarkan studi dan kondisi yang sama dari tujuan penelitian ini. Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh data-data yang berkaitan dengan objek penelitian tersebut yang berjudul: “Pengaruh Persepsi Keinginan dan Persepsi Kelayakan terhadap Niat Berwirausaha Survey Pada Mahasiswa Kelas Karyawan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unikom Bandung”

Dalam penelitian ini, penulis mengemukakan dua variabel yang akan diteliti. Adapun variabel yang akan diteliti didalam penelitian ini adalah :

1. Variabel independent (variabel bebas), yaitu variabel yang menjadi sebab terjadinya atau terpengaruhnya variabel dependent (variabel tidak bebas). Variabel independent (variabel X1) dalam penelitian ini adalah Persepsi Keinginan dan (variabel X2) Persepsi Kelayakan.
2. Variabel dependent (variabel tidak bebas), yaitu variabel yang dipengaruhi oleh variabel independent. Variabel dependent (variabel Y) dalam penelitian ini adalah Intensi Berwirausaha.

### **3.2 Metode Penelitian**

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode analisis deskriptif dan verifikatif. Menurut Sugiyono (2012:21) dalam Jurnal Trustorini Handayani dan Yusuf Tanjung (2017:33) “Metode deskriptif adalah penelitian yang dilakukan terhadap variable mandiri yaitu tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variable lainnya.”. Adapun tujuan dari penelitian deskriptif menurut Husein Umar (2004:47) yaitu untuk menggambarkan sifat sesuatu yang tengah berlangsung pada saat penelitian dilakukan dan memeriksa sebab-sebab dari suatu gejala tertentu.

Metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan rumusan masalah. Data yang dibutuhkan adalah data-data yang sesuai dengan masalah-masalah yang ada sesuai dengan penelitian, sehingga data dapat dikumpulkan, dianalisis, dan ditarik kesimpulan dengan teori-teori yang telah dipelajari, untuk kemudian ditarik kesimpulan. Selain itu, penelitian ini juga bersifat verifikatif. Verifikatif adalah “penelitian melalui pembuktian untuk menguji hipotesis hasil penelitian deskriptif dengan suatu perhitungan statistika sehingga didapat hasil pembuktian yang

menunjukkan hipotesis ditolak atau diterima” (Sugiyono, 2011:9).

Metode deskriptif dalam penelitian ini yaitu menggambarkan tentang Persepsi Keinginan dan Persepsi Kelayakan terhadap Intensi Berwirausaha Survey Pada Mahasiswa Kelas Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unikom Bandung pada masa sekarang. Sedangkan metode verifikatif dalam penelitian ini yaitu menguji hipotesis mengenai Persepsi Keinginan dan Persepsi Kelayakan terhadap Niat Berwirausaha menggunakan perhitungan statistika sehingga mendapatkan hasil pembuktian yang menunjukkan hipotesis diolak atau diterima.

### 3.2.1 Desain Penelitian

Sebelum melakukan penelitian sangatlah perlu kita melakukan suatu perencanaan dan perancangan penelitian, agar penelitian yang dilakukan dapat berjalan dengan lancar dan sistematis. Desain penelitian menurut Umi Narimawati (2008:21) adalah suatu rencana struktur, dan strategi untuk menjawab permasalahan, yang mengoptimasi validitas.

Dari uraian diatas tersebut maka dapat dikatakan bahwa desain penelitian merupakan rancangan utama penelitian yang menyatakan metode-metode dan prosedur-prosedur yang digunakan oleh penulis dalam pemilihan, pengumpulan dan analisis data.

Menurut Sugiyono (2009:26) penjelasan proses penelitian disampaikan

seperti teori sebagai berikut :

Menurut **Sugiyono (2009:26)**, menjelaskan proses penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Fenomena Masalah

Peneliti menentukan masalah-masalah sebagai fenomena untuk dasar penelitian, dan yang menjadi sumber masalah adalah Pengaruh Persepsi Keinginan dan Persepsi Kelayakan terhadap Niat Berwirausaha.

2. Rumusan Masalah

Mengidentifikasi permasalahan yang terjadi Survey Mahasiswa Kelas Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unikom Bandung. Merumuskan masalah penelitian termasuk membuat spesifikasi dari tujuan dan hipotesis untuk diuji. Penelitian ini merumuskan masalahnya sebagai berikut :

a. Bagaimana tanggapan Persepsi Keinginan pada Generasi Milenial

Mahasiswa Kelas Karyawan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Komputer Indonesia

b. Bagaimana tanggapan Persepsi Kelayakan pada Generasi Milenial

Mahasiswa Kelas Karyawan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Komputer Indonesia

c. Bagaimana tanggapan Intensi Berwirausaha dikalangan Generasi Milenial

Mahasiswa Kelas Karyawan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Komputer Indonesia

d. Seberapa besar pengaruh Persepsi Keinginan terhadap Niat Berwirausaha

dikalangan Generasi Milenial Mahasiswa Kelas Karyawan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Komputer Indonesia

e. Seberapa besar pengaruh Persepsi Kelayakan terhadap Niat Berwirausaha

dikalangan Generasi Milenial Mahasiswa Kelas Karyawan Fakultas

Ekonomi Dan Bisnis Universitas Komputer Indonesia

f. Seberapa besar pengaruh Persepsi Keinginan dan Persepsi Kelayakan

terhadap Intensi Berwirausaha dikalangan Generasi Milenial Mahasiswa

Kelas Karyawan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Komputer

Indonesia

3. Konsep dan teori yang relevan dan penemuan yang relevan

Untuk menjawab rumusan masalah yang sifatnya sementara

(berhipotesis) maka, peneliti dapat membaca referensi teoritis yang relevan

dengan masalah dan berpikir. Selain itu penemuan penelitian sebelumnya

yang relevan juga dapat digunakan sebagai bahan untuk memberikan jawaban

sementara terhadap masalah penelitian (hipotesis).

4. Pengajuan hipotesis

Jawaban terhadap rumusan masalah yang baru didasarkan pada teori

dan didukung oleh penelitian yang relevan, tetapi belum ada pembuktian

secara empiris (*factual*) maka jawaban itu disebut hipotesis. Hipotesis yang

dibuat dalam penelitian ini adalah :

**H1 : Persepsi Keinginan dan Persepsi Kelayan terhadap Niat**

**Berwirausaha.**

**H2 : Persepsi Keinginan terhadap Niat Berwirausaha.**

**H3 : Persepsi Kelayan terhadap Niat Berwirausaha.**

5. Metode Penelitian

Untuk menguji hipotesis tersebut peneliti dapat memilih metode yang

sesuai, pertimbangan ideal untuk memilih metode itu adalah tingkat ketelitian

data yang diharapkan dan konsisten yang dikehendaki. Sedangkan pertimbangan praktis adalah tersedianya dana, waktu, dan kemudahan yang lain. Menetapkan data-data dan melakukan analisis mengenai variabel Pengaruh Persepsi Keinginan dan Persepsi Kelayakan Terhadap Niat Berwirausaha Survey Pada Mahasiswa Kelas Karyawan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unikom. Pada penelitian ini metode penelitian yang digunakan adalah metode survey dengan teknik analisis data menggunakan metode kualitatif dan metode kuantitatif.

6. Menyusun Instrumen Penelitian

Setelah menentukan metode penelitian, maka peneliti dapat menyusun instrument penelitian. Instrument ini digunakan sebagai alat pengumpul data adalah survei, observasi, wawancara dan kuesioner

7. Kesimpulan

Langkah terakhir dari suatu periode penelitian yang berupa jawaban terhadap rumusan masalah, dengan menekankan pada pemecahan masalah berupa informasi mengenai solusi masalah yang bermanfaat sebagai dasar untuk pembuatan keputusan.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat di gambarkan desain dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

**Table 3.1**  
**Desain Penelitian**

Tujuan Penelitian	Desain Penelitian			
	Jenis Penelitian	Metode yang digunakan	Unit Analisis	Time Horizon

T-1	Descriptive & survey	Descriptive Survey	Mahasiswa kelas karyawan Program Studi Manajemen FEB Unikom Bandung	Cross Sectional
T-2	Descriptive & survey	Descriptive Survey	Mahasiswa kelas karyawan Program Studi Manajemen FEB Unikom Bandung	Cross Sectional
T-3	Descriptive & survey	Descriptive Survey	Mahasiswa kelas karyawan Program Studi Manajemen FEB Unikom Bandung	Cross Sectional
T-4	Descriptive & Verificative	Descriptive and Explanatory Survey	Mahasiswa kelas karyawan Program Studi Manajemen FEB Unikom Bandung	Cross Sectional
T-5	Descriptive & Verificative	Descriptive and Explanatory Survey	Mahasiswa kelas karyawan Program Studi Manajemen FEB Unikom Bandung	Cross Sectional

T-6	Descriptive & Verificative	Descriptive and Explanatory Survey	Mahasiswa kelas karyawan Program Studi Manajemen FEB Unikom Bandung	Cross Sectional
-----	-------------------------------	--	--	-----------------

### 3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Pengertian variabel menurut **Sugiyono (2014: 38)** “segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.” Operasionalisasi variabel diperlukan untuk menentukan jenis, indikator, serta skala dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian, sehingga pengujian hipotesis dengan alat bantu statistik dapat dilakukan secara benar sesuai dengan judul penelitian mengenai Pengaruh Persepsi keinginan dan Persepsi Kelayakan Terhadap Intensi Berwirausaha Survey Pada Mahasiswa Kelas Karyawan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unikom Bandung.

Maka dalam penelitian ini terdapat dua variabel yang digunakan yaitu:

#### 1. Variabel bebas (*Variable Independent*)

**Sugiyono (2014:39)** mengemukakan bahwa “Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (variabel terikat).”

Adapun yang menjadi variabel independent dalam penelitian ini adalah Persepsi Keinginan Dan Persepsi Kelayakan.

2. Variabel terikat (*Variable Dependent*)

**Sugiyono (2014:39)** mengemukakan bahwa “variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.” Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah Niat Berwirausaha.

Maka variabel-variabel yang terkait dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel Persepsi Keinginan sebagai variabel Independen pertama (X1).
2. Variabel Persepsi Kelayakan sebagai variabel Independen kedua (X2).
3. Variabel Niat Berwirausaha sebagai Variabel Dependen ketiga (Y).

Agar lebih jelas indikator tersebut dapat dituangkan dalam operasional **Tabel 3.2** di bawah ini:

**Tabel 3.2**  
**Operasional Variabel**

VARIABEL	KONSEP VARIABEL	INDIKATOR	UKURAN	SKALA
<b>Persespi keinginan (X1)</b>	persepsi keinginan yaitu tingkat ketertarikan seseorang terhadap suatu perilaku dipengaruhi oleh sikapnya dalam memandang	1. Personal Attitude  - pandangan positif terhadap profesi wirausaha	- Tingkat kesesuaian daya tarik mahasiswa untuk menjadi wirausaha	Ordinal

<p>perilaku tersebut (personal attitude). Jika pandangannya positif maka individu akan tertarik untuk berwirausaha, namun sebaliknya jika pandangannya negatif maka individu tidak akan tertarik untuk berwirausaha. Kemudian persepsi terhadap norma sosial {perceived social norm) yang mempengaruhi dalam memanaang kewirausahaan seperti dukungan keluarga, teman, masyarakat, atau model yang dianggap penting.</p> <p><b>Linan dan Cohard (2011:198) dalam Lindawati (2014</b></p>	<p>-Pandangan positif terhadap kegagalan berwirausaha</p>	<p>-Tingkat kesesuaian mindset positif dalam menghadapi kegagalan dalam wirausaha</p>	Ordinal
	<p>- Pandangan mahasiswa terhadap aktifitas berwirausaha</p>	<p>Tingkat kesesuaian mindset mahasiswa untuk menjalani aktifitas berwirausaha</p>	Ordinal
	<p>2. Social Norm</p> <p>- Keykinan dukungan dari keluarga, teman, dosen, dan orang terdekat</p>	<p>- Tingkat dukungan dari keluarga, teman, dosen dan orang yang dianggap penting dalam memulai usaha</p>	Ordinal

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pandangan masyarakat terhadap profesi kewirausahaan</li> <li>-</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tingkat kesesuaian mindset positif masyarakat jika dirinya menjadi seorang wirausaha</li> </ul>	Ordinal
		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Keberadaan model yang mampu menginspirasi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- tingkat keberadaan orang sukses yang mampu memberi inspirasi dalam menjalankan usaha</li> </ul>	Ordinal
<b>Persepsi Kelayakan (X2).</b>	Persepsi Kelayakan menunjukkan derajat kepercayaan dimana seseorang memandang dirinya mempunyai kemampuan untuk mengumpulkan sumberdaya-sumberdaya (manusia, sosial, finansial) untuk membangun usaha baru (Segal, et al.,2005 dalam Susetyo, 2013).	1. Kepercayaan diri dalam mengelola usaha	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tingkat kepercayaan diri dalam mengelola usaha yang akan dijalani</li> </ul>	Ordinal
		2. Kepemimpinan sumberdaya manusia	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tingkat kemampuan kepemimpinan sumberdaya manusia yang dimiliki dalam menjalani wirausaha</li> </ul>	Ordinal
				Ordinal

		3. Keyakinan akan sukses	- Tingkat keyakinan dirinya untuk menjadi wirausaha yang berhasil	
<b>Niat Berwirausaha (Y)</b>	Niat kewirausahaan dapat diartikan sebagai keinginan atau niat yang ada pada diri seseorang untuk menampilkan perilaku berwirausaha yang dapat dilihat dari niatan seseorang untuk dapat memanfaatkan peluang, menjadi seorang yang kreatif dan mandiri serta mampu mengolah sumber daya yang ada  <b>(Isabella (2010: 14))</b>	1. pendidikan - Pengetahuan dasar kewirausahaan	- Tingkat pengetahuan mencari informasi tentang wirausaha	Ordinal
		2. pengalaman kerja - memahami kemampuan manajerial yang telah didapatkan	- tingkat pemahaman manajerial yang akan diimplementasikan pada usahanya	Ordinal
		3. keluarga - profesi orang tua sebagai wirausaha	- Tingkat kesesuaian pada orang tua sebagai model panutan menjadi wirausaha	Ordinal

*Sumber : data diolah peneliti*

### 3.2.3. Sumber dan Teknik Penentuan Data

#### 3.2.3.1 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data

sekunder. Menurut **Sugiyono (2009:137)** sebagai berikut:

1. Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Penelitian menggunakan data primer apabila peneliti mengumpulkan sendiri data-data yang dibutuhkan yang bersumber langsung dari objek pertama yang akan diteliti. Dalam penelitian ini pengumpulan data primer dilakukan dengan cara menyebarkan kuisioner kepada para Mahasiswa Kelas Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Komputer Indonesia. Data primer ini berupa data:
  - a. Pandangan responden mengenai Persepsi Keinginan personal attitude, dan subjective norm.
  - b. Pandangan responden mengenai Persepsi Kelayakan kepercayaan diri, kemampuan sumberdaya manusia, dan keyakinan akan sukses.
  - c. Pandangan responden mengenai Niat Beriwirausaha (pendidikan, pengalaman kerja, dan keluarga)
2. Sumber data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data sekunder digunakan apabila peneliti mengumpulkan informasi dari data yang telah diolah oleh pihak lain. Dalam penelitian ini data sekunder dapat diperoleh melalui buku, makalah, jurnal, situs web, dan berita.

### **3.2.3.2 Teknik Penentuan Data**

#### **1. Populasi**

Populasi menurut **Sugiyono (2014:80)** adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik

kesimpulannya. Tahap awal yang dilakukan peneliti sebelum melakukan penelitian adalah dengan mengetahui populasinya. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Kelas Karyawan S1 program studi manajemen Universitas Komputer yang didistribusikan berdasarkan tingkatan semester. Karakteristik populasi adalah mahasiswa sudah harus menempuh 2 semester pertama, dengan anggapan bahwa mahasiswa semester awal masih berada pada fase transisi pola pikir dan penyesuaian situasi lingkungan dalam arti pengambilan keputusannya belum berdasarkan pengetahuan sebenarnya, hal ini didukung oleh hasil temuan Keown dalam Prihartono (2018:317) yang menyatakan bahwa, “Mahasiswa Fakultas Ekonomi yang telah menempuh minimal dua semester yang telah dilalui dengan anggapan bahwa semakin lama seseorang menempuh pendidikan maka akan semakin meningkat pula pengetahuan yang dimilikinya.”

Berdasarkan jumlah populasi yang di klasifikasikan berdasarkan semester, disajikan kedalam tabel 3.3

**Tabel 3.3**  
**Jumlah Mahasiswa Kelas Karyawan Berdasarkan Semester**

<b>Angakatan</b>	<b>Jumlah Mahasiswa</b>
Semester 4	6
Semester 6	14
Semester 8	7
Semester >8	8
Jumlah seluruhnya	35

Sumber : *Sekretariat Program Studi Manajemen*

2. Sempel jenuh (sampel sensus)

Pengertian sampel menurut **Sugiyono (2012:73)** adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut sampel yang diambil dari populasi tersebut harus betul-betul representative (mewakili). Ukuran sampel merupakan banyaknya sampel yang akan diambil dari suatu populasi. Menurut **Arikunto (2012:104)** jika jumlah populasinya kurang dari 100 orang, maka jumlah sampelnya diambil secara keseluruhan, tetapi jika populasinya lebih besar dari 100 orang, maka bisa diambil 10-15% atau 20-25% dari jumlah populasinya.

Berdasarkan penelitian ini karena jumlah populasinya tidak lebih besar dari 100 orang responden, maka penulis mengambil 100% jumlah populasi yang ada pada Mahasiswa Kelas Karyawan S1 program studi manajemen Universitas Komputer yaitu sebanyak 35 orang responden. Dengan demikian penggunaan seluruh populasi tanpa harus menarik sampel penelitian sebagai unit observasi disebut sebagai teknik sensus

#### **3.2.4 Teknik Pengumpulan Data**

Menurut Sugiyono (2016:137), “Teknik pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai setting-nya, data dapat dikumpulkan pada setting alamiah (natural setting), pada laboratorium dengan metode eksperimen, di rumah dengan berbagai responden, pada suatu seminar, diskusi, di jalan dan lain-lain.”

Dalam penelitian ini, untuk memperoleh data yang diperlukan, maka penulis melakukan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Studi Lapangan (*Field Research*)

Studi lapangan yaitu pengumpulan data dengan cara melakukan penelitian ke

lapangan atau ke perusahaan yang di jadikan objek penelitian secara langsung.

Dalam teknik ini terdapat tiga cara yang dilakukan yaitu:

- a. Kuesioner, Untuk mendapatkan data yang diperoleh bagi pencapaian sasaran penelitian ini maka digunakan pengukuran melalui kuesioner kepada responden Mahasiswa S1 program Studi Manajemen Universitas Komputer Indonesia yang berjumlah 90 mahasiswa Kelas Karyawan mengenai variabel *Persepsi Keinginan, Persepsi Kelayakan dan Niat Berwirausaha*.
- b. Wawancara, dalam penelitian ini dilakukan teknik wawancara secara terbuka atau tidak terstruktur kepada narasumber yang memiliki keterkaitan dengan sumber data yang dibutuhkan peneliti, dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang tersusun sistematis, namun hanya berupa garis besar permasalahan yang akan ditanyakan.

## 2. Studi Kepustakaan (Library Research)

Penelitian kepustakaan digunakan untuk memperoleh data yang bersifat teori sebagai perbandingan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu. Data diperoleh dari jurnal, buku, serta tulisan lain yang berhubungan dengan penelitian. Adapun buku-buku yang digunakan berkaitan dengan *Persepsi Keinginan, Persepsi kelayakan, Niat Berwirausaha*, dan metodologi penelitian.

## 3. Penelitian Internet

Penelitian data lebih lanjut dilakukan penulis salah satunya melalui media teknologi sebagai sumber informasi untuk menunjang referensi dan kajian data

serta hasil penelitian.

Agar peneliti dapat menghasilkan data yang dapat dipercaya maka harus dilakukan tahapan analisis dan pengujian hipotesis. Untuk melakukan sebuah analisis data dan pengujian hipotesis, terlebih dahulu peneliti akan menentukan metode apa yang digunakan untuk menganalisis data hasil penelitian dan merancang metode untuk menguji sebuah hipotesis. Untuk menilai kuisisioner apakah valid dan realibel maka perlu dilakukan uji validitas dan reliabilitas.

### 3.2.4.1 Uji Validitas

Validasi berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurannya (Azwar, 2007:89). Suatu skala atau instrumen pengukur dapat dikatakan mempunyai validitas yang tinggi apabila instumen tersebut dapat menjalankan fungsi ukurnya, atau memberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran tersebut. Sedangkan tes yang memiliki validitas rendah akan menghasilkan data yang tidak relevan dengan tujuan pengukuran. Rumus yang digunakan untuk menguji validitas adalah rumus *kolerasi product moment* yang dikemukakan oleh Pearson sebagai berikut :

$$r = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{(\sum x^2 - (x)^2)(\sum y^2 - (y)^2)}}$$

Keterangan :

- r<sub>1</sub> = koefisien validitas item yang dicari
- X = skor yang diperoleh subjek dalam setiap item
- Y = skor total yang diperoleh subjek dari seluruh item

- $\sum X$  = jumlah skor dalam distribusi X yang berskala ordinal
- $\sum Y$  = jumlah skor dalam distribusi Y yang berskala ordinal
- $\sum X^2$  = jumlah kuadrat masing-masing skor X
- $\sum Y^2$  = jumlah kuadrat masing-masing skor Y
- n = banyaknya responden

Dalam mengadakan interpretasi mengenai besarnya koefisien kolerasi menurut

**Suharsimi Arikunto (2009:164)** dapat dilihat pada **Tabel 3.4** sebagai berikut.

Tabel 3.4  
Interpretasi nilai r

Besarnya Nilai	Interpretasi
Antara 0,700 sampai dengan 1,00	Sangat tinggi
Antara 0,600 sampai dengan 0,500	Tinggi
Antara 0,500 sampai dengan 0,400	Agak tinggi
Antara 0,400 sampai dengan 0,300	Sedang
Antara 0,300 sampai dengan 0,200	Agak tidak tinggi
Antara 0,200 sampai dengan 0,100	Tidak tinggi
Antara 0,100 sampai dengan 0,00	Sangat tidak tinggi

Sumber : Suharsimi Arikunto (2009:164)

Uji validitas dimaksudkan untuk mengukur valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan sah atau valid jika pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut serta memiliki nilai koefisien validitas yang lebih besar dari nilai kritis yang ditentukan yakni sebesar 0,30. Berikut disajikan hasil pengujian validitas dengan bantuan Software SPSS v21 dengan metode pearson product moment, disajikan pada tabel berikut di

bawah ini:

Seperti dilakukan pengujian lebih lanjut, semua item pernyataan dalam kuesioner harus diuji keabsahannya untuk menentukan valid tidaknya suatu item. Uji validitas dilakukan untuk mengukur pernyataan yang ada dalam kuesioner. Validitas suatu data tercapai jika pernyataan tersebut mampu mengungkapkan apayang akan diungkapkan. Uji validitas dilakukan dengan mengkorelasikan masing-masing pernyataan dengan jumlah skor untuk masing-masing variabel. Teknik korelasi yang digunakan adalah Teknik Korelasi *Pearson Product Moment*.

**Tabel 3.5.**

**Hasil Uji Validitas**

Variabel	No Item	Koefisien Validitas	Titik Kritis	Kesimpulan
Persepsi Keinginan (X1)	1	0.725	0.300	Valid
	2	0.701	0.300	Valid
	3	0.804	0.300	Valid
	4	0.769	0.300	Valid
	5	0.804	0.300	Valid
	6	0.866	0.300	Valid
Persepsi Kelayakan (X2)	1	0.861	0.300	Valid
	2	0.928	0.300	Valid
	3	0.690	0.300	Valid
Niat Berwirausaha (Y)	1	0.814	0.300	Valid
	2	0.828	0.300	Valid
	3	0.767	0.300	Valid

Sumber: Hasil pengolahan data (2019)

Pada tabel di atas menunjukkan hasil uji validitas seluruh pertanyaan yang digunakan untuk mengukur Persepsi Keinginan, Persepsi Kelayakan, dan Niat Berwirausaha. Pada tabel tersebut dapat dilihat bahwa seluruh pertanyaan yang

digunakan pada penelitian ini memiliki nilai koefisien validitas yang lebih besar dari 0.300 yang artinya seluruh instrumen pertanyaan tersebut dinyatakan valid.

#### 3.2.4.2 Uji Reliabilitas

Menurut **Sugiyono (2011:184)** “suatu instrument dinyatakan reliabel bila koefisien reliabilitas minimal 0,6.” Berdasarkan definisi diatas, maka reliabilitas dapat diartikan sebagai suatu karakteristik terkait dengan keakuratan, ketelitian dan kekonsistenan.

Setelah melakukan pengujian validitas butir pertanyaan, maka langkah selanjutnya adalah melakukan uji reliabilitas untuk menguji kehandalan atau kepercayaan alat pengungkapan dari data. Dengan diperoleh nilai r dari uji validitas yang menunjukkan hasil indeks korelasi yang menyatakan ada atau tidaknya hubungan antara dua belahan instrument. Metode ini menghitung reliabilitas dengan cara memberikan tes pada sejumlah subyek dan kemudian hasil tes tersebut dibagi menjadi dua bagian yang sama besar (berdasarkan pemilihan genap-ganjil). Cara kerjanya adalah sebagai berikut:

1. Item dibagi dua secara acak (misalnya item ganjil/genap), kemudian dikelompokkan dalam kelompok I dan kelompok II.
2. Skor untuk masing-masing kelompok dijumlahkan sehingga terdapat skor total untuk kelompok I dan kelompok II.
3. Korelasikan skor total kelompok I dan skor total kelompok II.
4. Hitung angka reliabilitas untuk keseluruhan item dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$r^2 = \frac{2r_{12}}{1 + r_{12}}$$

Dimana:

$r_1$  = reliabilitas internal seluruh item

$r_b$  = korelasi product moment antara belahan pertama dan belahan kedua

Uji realibilitas digunakan untuk mengetahui bahwa instrumen yang digunakan menghasilkan data yang sama apabila diukur kembali dengan objek yang sama. Dalam penelitian ini, untuk menguji relibilitas instrumen penelitian digunakan rumus Cronbach's Alpha Coefficient. Data yang digunakan memenuhi syarat uji relibilitas apabila nilai Cronbach's Alpha Coefficient memiliki nilai lebih besar atau sama dengan 0,7

**Tabel 3.7**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Kesimpulan
Persepsi Keinginan (X1)	0.729	0.70	Reliabel
Persepsi Kelayakan (X2)	0.741	0.70	Reliabel
Niat Berwirausaha (Y)	0.724	0.70	Reliabel

Sumber: Hasil pengolahan data (2019)

Pada tabel di atas dapat dilihat koefisien reliabilitas yang diperoleh adalah seluruhnya lebih besar dengan dari  $r_{tabel}$  yaitu 0,70, sehingga alat ukur yang digunakan dinyatakan reliabel.

Berdasarkan hasil pengujian validitas dan reliabilitas yang telah diuraikan di atas, penulis menyimpulkan bahwa keseluruhan jumlah pertanyaan yang digunakan dalam penelitian ini sudah teruji valid dan reliabel sehingga seluruh instrumen pertanyaan layak digunakan sebagai alat ukur penelitian.

### **3.2.4.3 Uji MSI (Methode of Successive Interval)**

Data yang telah dikumpulkan melalui kuisisioner akan diolah dengan pendekatan kuantitatif Menurut Sedarmayanti dan Syarifudin Hidayat (2011:55) mengenai Method of Successive (MSI) adalah sebagai berikut: “Method of Successive (MSI) adalah metode penskalaan untuk menaikkan skala pengukuran ordinal ke skala pengukuran interval.”

Bedasarkan konsep tersebut dapat ditinjau bahwa MSI merupakan alat untuk mengubah data ordinal menjadi interval. Dalam proses pengolahan data MSI tersebut, peneliti menggunakan bantuan Additional Instrument (Add-Ins) pada Microsoft Excel. Adapun langkah-langkah yang dilakukan dalam penggunaan MSI tersebut, diantaranya adalah sebagai berikut:

#### **1. Transformasi Data Ordinal Menjadi Interval**

Adapun langkah-langkah untuk melakukan transformasi data ordinal menjadi interval adalah sebagai berikut:

- a. Ambil data ordinal hasil kuesioner
- b. Setiap pertanyaan, dihitung proporsi jawaban untuk setiap kategori jawaban dan hitung proporsi kumulatifnya
- c. Menghitung nilai Z (tabel distribusi normal) untuk setiap proporsi kumulatif.

Untuk data  $n > 30$  dianggap mendekati luas daerah dibawah kurva normal.

- d. Menghitung nilai densitas untuk setiap proporsi kumulatif dengan memasukan nilai Z pada rumus distribusi normal.
- e. Menghitung nilai skala dengan rumus *Method Successive Interval*

Dimana:

*Means of Interval* = Rata-Rata Interval

*Density at Lower Limit* = Kepadatan batas bawah

*Density at Upper Limit* = Kepadatan atas bawah

*Area Under Upper Limit* = Daerah di bawah batas atas

*Area Under Lower Limit* = Daerah di bawah batas bawah

- f. Menentukan nilai transformasi (nilai untuk skala interval) dengan menggunakan rumus: Nilai Transformasi = Nilai Skala + Nilai Skala Minimal + 1

### **3.2.5 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis**

#### **3.2.5.1 Rancangan Analisis**

##### **3.2.5.1.1 Analisis Deskriptif (Kualitatif)**

Menurut Sugiyono (2005:143). “Analisis deskriptif dapat digunakan untuk mencari kuatnya hubungan antara variabel melalui analisis korelasi dan membuat perbandingan dengan membandingkan rata-rata data sampel atau populasi tanpa perlu uji signifikasinya.”

Analisis kualitatif dalam penelitian ini menggunakan pendekatan analisis data kuantitatif dengan menggunakan alat bantu analisis data statistik, baik yang deskriptif, digunakan dalam penelitian ini dengan maksud mendeskripsikan data pada

setiap variabel penelitian terutama untuk melihat gambaran secara umum.

Penilaian responden atau tanggapan responden dilakukan dengan membuat pengkategorian sesuai dengan pernyataan dari Redi Panuju dalam bukunya komunikasi bisnis, yang menyatakan bahwa: "Untuk menentukan kategori tinggi, sedang, dan rendah terlebih dahulu harus menentukan nilai indeks minimum, maksimal, dan intervalnya serta jarak intervalnya sebagai berikut :

1. Nilai indeks minimum adalah skor minimum dikali jumlah pertanyaan dikali jumlah responden.
2. Nilai indeks maksimal adalah skor maksimal dikali jumlah pertanyaan dikali jumlah responden.
3. Interval adalah selisih antara nilai indeks maksimal dengan nilai indeks minimum.
4. Jarak interval adalah interval ini dibagi jumlah jenjang yang diinginkan.

Penentuan kategori dalam ukuran persentase dilakukan dengan perhitungan sebagai berikut :

--


--

Sehingga pengkategorian skor jawaban responden untuk masing-masing item penelitian adalah sebagai berikut

**Tabel 3.8**  
**Pengkategorian Skor Jawaban**

<b>Interval Tingkat Intesitas</b>	<b>Kriteria</b>
20% - < 36%	Sangat Tidak Baik, Sangat Rendah
36% - < 52%	Tidak Baik, Rendah
52% - < 68%	Cukup Baik, Cukup
68% - < 84%	Baik Tinggi, Tinggi
84% - < 100%	Sangat Baik, Sangat Tinggi

Sumber: Sugiyono (2014:133)

### **3.2.5.1.2 Analisis Verifikatif (Kuantitatif)**

Data yang telah dikumpulkan melalui kuisisioner akan diolah dengan pendekatan kuantitatif. Data yang telah dikumpulkan melalui kuisisioner akan diolah dengan pendekatan kuantitatif Menurut Sedarmayanti dan Syarifudin Hidayat (2011:55) mengenai Method of Successive (MSI) adalah sebagai berikut: “Method of Successive (MSI) adalah metode penskalaan untuk menaikkan skala pengukuran ordinal ke skala pengukuran interval.”

Bedasarkan konsep tersebut dapat ditinjau bahwa MSI merupakan alat untuk mengubah data ordinal menjadi interval. Dalam proses pengolahan data MSI tersebut, peneliti menggunakan bantuan Additional Instrument (Add-Ins) pada Microsoft

Excel. Untuk mengetahui pengaruh antara variabel peneliti menggunakan analisis Regresi Linier Berganda (*Multiple Regression*).

### 1. Analisis Regresi dan Asumsi Klasik

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menganalisa pengaruh beberapa variabel bebas atau independen variabel (X) terhadap satu variabel tidak bebas atau dependen variabel (Y) secara bersama-sama. Persamaan Regresi Linier Berganda adalah:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 \mathcal{E}$$

Keterangan :

Y = Niat Berwirausaha

X<sub>1</sub> = Persepsi Keinginan

X<sub>2</sub> = Persepsi Kelayakan

$\alpha$  = Konstanta Intersep

$\beta_1$  = Koefisien Regresi Variabel Persepsi Keinginan

$\beta_2$  = Koefisien Regresi Variabel Persepsi Kelayakan

= Faktor-faktor lain yang mempengaruhi variabel Y.

Dalam hubungan dengan penelitian ini, variabel independen adalah Persepsi Keinginan (X<sub>1</sub>), Persepsi Kelayakan (X<sub>2</sub>) dan sedangkan variabel dependen adalah

Niat Berwirausaha (Y), sehingga persamaan regresi linier berganda estimasinya.

Untuk memperoleh hasil yang lebih akurat pada analisis regresi berganda maka dilakukan pengujian asumsi klasik agar hasil yang diperoleh merupakan persamaan regresi yang memiliki sifat *Best Linier Unbiased Estimator* (BLUE). Pengujian mengenai ada tidaknya pelanggaran asumsi-asumsi klasik merupakan dasar dalam model regresi linier berganda yang dilakukan sebelum dilakukan pengujian terhadap hipotesis.

#### **a. Uji Normalitas**

Uji normalitas untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. Model regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal atau mendekati normal. Mendeteksi apakah data terdistribusi normal atau tidak dapat diketahui dengan menggambarkan penyebaran data melalui sebuah grafik. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya, model regresi memenuhi asumsi normalitas. **Umar (2011:18)**

Dasar pengambilan keputusan bisa dilakukan berdasarkan probabilitas (*Asymtotic Significance*), yaitu :

- a. Jika probabilitas  $> 0,05$  maka distribusi dari populasi adalah normal.
- b. Jika probabilitas  $< 0,05$  maka populasi tidak berdistribusi secara normal.

#### **b. Uji Multikolinieritas**

Menurut Frisch, suatu model regresi dikatakan terkena masalah multikolinieritas bila terjadi hubungan linear yang sempurna atau mendekati sempurna diantara beberapa atau semua variabel bebasnya. Akibatnya model tersebut akan mengalami kesulitan untuk melihat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya,

Mandala (2001:268-270) dalam Purwanto Agus (2011:198).

Jika terdapat korelasi yang kuat di antara sesama variabel independen maka konsekuensinya adalah:

1. Koefisien-koefisien regresi menjadi tidak dapat ditaksir.
2. Nilai standar error setiap koefisien regresi menjadi tidak terhingga

Dengan demikian berarti semakin besar korelasi diantara sesama variabel independen, maka tingkat kesalahan dari koefisien regresi semakin besar, yang mengakibatkan standar *error* nya semakin besar pula. Cara yang digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas adalah dengan menggunakan *Variance Inflation Factors* (VIF).

Menurut Gujarati (2003: 362) “jika nilai VIF nya kurang dari 10 maka dalam data tidak terdapat Multikolinieritas.”

### **C. Uji Heteroskedastisitas**

Menurut Gujarati (2005:406), “situasi heteroskedastisitas akan menyebabkan penaksiran koefisien regresi menjadi tidak efisien dan hasil taksiran dapat menjadi kurang atau melebihi dari yang semestinya.”

Dengan demikian, agar koefisien-koefisien regresi tidak menyesatkan, maka situasi heteroskedastisitas tersebut harus dihilangkan dari model regresi. Untuk menguji ada tidaknya heteroskedastisitas digunakan uji *Rank Spearman* yaitu dengan mengkorelasikan masing-masing variabel bebas terhadap nilai absolut dari residual. Jika nilai koefisien korelasi dari masing-masing variabel bebas terhadap nilai absolut

dari residual (*error*) ada yang signifikan, maka kesimpulannya terdapat heteroskedastisitas (varian dari residual tidak homogen).

Selain itu, dengan menggunakan program *SPSS for Windows*, heteroskedastisitas juga bisa dilihat dengan melihat grafik *scatterplot* antara nilai prediksi variabel dependen yaitu ZPRED dengan residualnya SDRESID. Jika ada pola tertentu seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur, maka telah terjadi heteroskedastisitas. Sebaliknya, jika tidak membentuk pola tertentu yang teratur, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

#### **D. Uji Autokorelasi**

Autokorelasi didefinisikan sebagai korelasi antar observasi yang diukur berdasarkan deret waktu dalam model regresi atau dengan kata lain error dari observasi yang satu dipengaruhi oleh error dari observasi yang sebelumnya. Akibat dari adanya autokorelasi dalam model regresi, koefisien regresi yang diperoleh menjadi tidak efisien, artinya tingkat kesalahannya menjadi sangat besar dan koefisien regresi menjadi tidak stabil. Untuk menguji ada tidaknya autokorelasi, dari data residual terlebih dahulu dihitung nilai statistik Durbin-Watson (D-W). Kriteria uji: bandingkan nilai D-W dengan nilai d dari tabel Durbin-Watson:

- Jika  $D-W < dL$  atau  $D-W > 4 - dL$ , kesimpulannya pada data terdapat autokorelasi.
- Jika  $dU < D-W < 4 - dU$ , kesimpulannya pada data tidak terdapat autokorelasi.
- Tidak ada kesimpulan jika:  $dL \leq D-W \leq dU$  atau  $4 - dU \leq D-W \leq 4 - dL$ .

#### **2. Analisis Koefisien Korelasi Berganda**

Korelasi berganda digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan

antara variabel  $X_1$  (Persepsi keinginan),  $X_2$  (Persepsi Kelayakan) dengan variabel  $Y$  (Intensi Berwirausaha) secara bersamaan. Untuk memahami bagaimana menerapkan korelasi berganda pada penelitian, berikut ini adalah rumus korelasi berganda:

$$r_{X_1 X_2 Y} = \frac{r_{X_1 Y} r_{X_2 Y} - r_{X_1 X_2}^2}{\sqrt{(r_{X_1 Y}^2 - r_{X_1 X_2}^2)(r_{X_2 Y}^2 - r_{X_1 X_2}^2)}}$$

Dimana:

$r_{X_1 X_2 X_3 Y}$  = Korelasi berganda antara variabel  $X_1$  dan  $X_2$  dengan  $Y$

$X_1$  = Variabel  $X_1$  (Persepsi keinginan)

$X_2$  = Variabel  $X_2$  (Persepsi Kelayakan)

$Y$  = Variabel  $Y$  (intensi berwirausaha)

$b_1, b_2, b_3$  = Koefisien regresi masing-masing variabel

### 3. Analisis Korelasi Parsial

Pengertian analisis korelasi menurut Sarwono (2006:37) adalah: “Analisis korelasional digunakan untuk melihat kuat lemahnya antara variable bebas dengan tergantung.” Selain pengertian diatas analisis korelasi juga digunakan untuk mengetahui derajat korelasi antara kedua variabel, sehingga digunakan analisis korelasi product moment yang bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya

hubungan dua variabel yaitu variabel bebas dan variabel terikat, analisis korelasi ini dapat pula dihitung dengan menggunakan program *SPSS for Windows*, sehingga diperoleh rumus sebagai berikut :

Dimana:  $-1 \leq r \leq +1$

r = koefisien korelasi

X = variabel independen

Y = variabel dependen

n = jumlah responden

Ketentuan untuk melihat tingkat keeratan korelasi digunakan acuan pada Tabel dibawah ini :

**Tabel 3.8**  
**Tingkat Keeratan Korelasi**

<b>Interval Tingkat Intesitas</b>	<b>Kriteria</b>
20% - < 36%	Sangat Tidak Baik, Sangat Rendah
36% - < 52%	Tidak Baik, Rendah
52% - < 68%	Cukup Baik, Cukup
68% - < 84%	Baik Tinggi, Tinggi

84% - < 100%	Sangat Baik, Sangat Tinggi
--------------	----------------------------

Sumber: Syahri Alhusin, (2003: 157)

#### 4. Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat besarnya pengaruh antar variabel yang diteliti, maka dihitung koefisien determinasi (Kd) dengan asumsi dasar faktor-faktor lain diluar variabel dianggap konstan atau tetap. Nilai variabel bebas ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi ( $r^2$ ). Semakin besar nilai koefisien determinasi, maka menunjukkan bahwa persamaan regresi yang dihasilkan baik untuk mengestimasi variabel terikat. Dalam hal ini, terdapat dua analisis koefisien yang dilakukan, yaitu analisis koefisien determinasi berganda dan analisis koefisien korelasi parsial.

##### a. Analisis Koefisien Determinasi Parsial

Digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase variabel  $X_1$  (Persepsi Keinginan), variabel  $X_2$  (Persepsi Kelayakan) dan terhadap variabel Y (Niat Berwirausaha) secara parsial. Untuk mengetahui nilai koefisien determinasi parsial, maka dapat dihitung dengan menggunakan rumus berikut:

$$Kd = \beta \times \text{Zero order} \times 100\%$$

Keterangan:

$\beta$  = Beta (nilai standardized coefficients)

Zero order = Matriks korelasi variabel bebas dengan variabel terikat

Dimana :

Kd = 0, berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y, lemah

Kd = 1, berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y, kuat

### 3.2.5.2 Pengujian Hipotesis

Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini berkaitan dengan ada tidaknya hubungan signifikan dari pengaruh Persepsi Keinginan ( $X_1$ ), Persepsi Kelayakan ( $X_2$ ) terhadap Intensi Berwirausaha ( $Y$ ) pada Generasi Milenial Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Komputer Bandung dengan memperhatikan karakteristik variabel yang akan diuji, maka uji statistik yang akan digunakan adalah melalui perhitungan analisis regresi dan korelasi. Langkah-langkah dalam analisisnya sebagai berikut: Kriteria Pengujian

Kriteria pengujian hipotesis deskriptif didasarkan pada hasil penelitian yang dilakukan penulis sesuai dengan tanggapan anggota sampel dalam mengikuti kuesioner.

- (1) Jika persentase skor tanggapan sampel  $\geq 68.01\%$  maka  $H_0$  ada di daerah penolakan, berarti  $H_1$  diterima artinya, Persepsi keinginan, persepsi kelayakan, Dan Intensi Berwirausaha pada Generasi Milenial Mahasiswa Kelas Karyawan Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Komputer Indonesia adalah baik.
- (2) Jika persentase skor tanggapan sampel  $\leq 68.01\%$  maka  $H_0$  ada di daerah penolakan, berarti  $H_1$  ditolak artinya Persepsi keinginan, persepsi kelayakan, Dan Intensi Berwirausaha pada Generasi Milenial Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Komputer Indonesia adalah tidak baik atau rendah.

**Tabel 3.9**  
**Kriteria Persentase Skor Tanggapan Sampel**

No.	%Jumlah Skor	Kriteria
1	20.00-36.00	Tidak Baik
2	36.01-52.00	Kurang Baik
3	52.01-68.00	Cukup
4	68.01-84.00	Baik
5	84.00-100	Sangat Baik

*Sumber : Umi Narimawati (2007:84)*

**1) Pengujian Secara Parsial**

Melakukan uji t, untuk menguji pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap

variabel terikat hipotesis ssebagai berikut Rumus yang digunakan adalah:

a) Rumus uji t yang digunakan adalah :



Keterangan :

$t_{hitung} (X_{1,2})$  = nilai  $t_{hitung} X_1$  (Persepsi Keinginan), nilai  $t_{hitung} X_2$  (Persepsi Kelayakan).

$b_1$  dan  $b_2$  = koefisien regresi masing-masing variabel. Hasilnya dibandingkan dengan tabel t untuk derajat bebas  $n-k-1$  dengan taraf

signifikan 5%.

b) Hipotesis Verifikatif

$H_01 : \beta_1=0$  : Secara parsial Niat Berwirausaha tidak dipengaruhi oleh Persepsi Keinginan( $X_1$ ) pada Generasi Milenial Mahasiswa Kelas Karyawan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Komputer Indonesia.

$H_11 : \beta_1 \neq 0$  : Secara parsial Niat Berwirausaha dipengaruhi oleh Persepsi keinginan( $X_1$ ) pada Generasi Milenial Mahasiswa Kelas Karyawan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Komputer Indonesia.

$H_02 : \beta_2=0$  : Secara parsial Niat Berwirausaha tidak dipengaruhi oleh Persepsi kelayakan( $X_2$ ) pada Generasi Milenial Mahasiswa Kelas Karyawan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Komputer Indonesia.

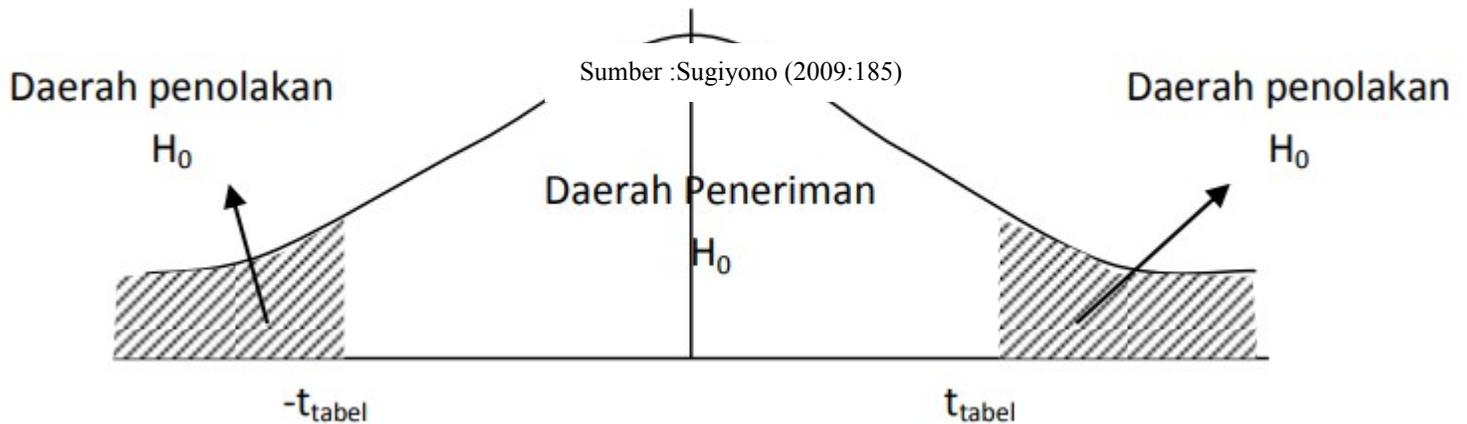
$H_12 : \beta_2 \neq 0$  : Secara parsial Niat Berwirausaha dipengaruhi oleh Persepsi kelayakan ( $X_2$ ) pada Generasi Milenial Mahasiswa Kelas Karyawan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Komputer Indonesia

- Jika  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$  maka  $H_0$  ada didaerah penolakan, berarti  $H_a$  diterima artinya antara variabel bebas dan variabel terikat ada hubungan.
- Jika  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$  maka  $H_0$  ada didaerah penerimaan, berarti  $H_a$  ditolak artinya antara variabel bebas dan variabel terikat tidak ada hubungan.

Penarikan kesimpulan dilakukan berdasarkan pengujian hipotesis dan kriteria-kriteria yang ditetapkan dengan teori untuk masalah yang diteliti.

Seperti gambar berikut ini dimana:

1. Dengan tingkat signifikan ( $\alpha$ ) = 0,05
2. Derajat kebebasan (dk) =  $n - 2$



**Gambar 3.1 Kurva Penerimaan dan Penolakan  $H_0$  dengan Uji T**

## 2. Kesimpulan

Daerah yang diarsir merupakan daerah penolakan, dan berlaku

sebaliknya. Jika  $t_{hitung}$  dan  $F_{hitung}$  jatuh di daerah penolakan (penerimaan), maka  $H_0$  ditolak (diterima) dan  $H_a$  diterima (ditolak). Artinya koefisien regresi signifikan (tidak signifikan). Kesimpulannya, Persepsi Keinginan Persepsi Kelayakan berpengaruh (tidak berpengaruh) terhadap Intensi Berwirausaha. Tingkat signifikannya yaitu 5 % ( $\alpha = 0,05$ ), artinya jika hipotesis nol ditolak (diterima) dengan taraf kepercayaan 95% maka kemungkinan bahwa hasil dari penarikan kesimpulan mempunyai kebenaran 95 % dan hal ini menunjukkan adanya atau tidak adanya pengaruh yang (signifikan) antara dua variable tersebut.

## 2) Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji Statistik F)

Pada pengujian simultan akan diuji pengaruh keempat variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Uji statistik yang digunakan pada pengujian simultan adalah Uji F atau yang biasa disebut dengan Analysis of varian (ANOVA).

a. Rumus yang digunakan

$$F_h = (R^2/k)/(1-R^2)/(n-k-1)$$

Pengujian Uji F menurut Sugiyono (2017:192) dapat menggunakan rumus signifikan korelasi ganda sebagai berikut:

Keterangan:

R: Koefisien korelasi ganda

k: Jumlah variabel independen

n: Jumlah anggota sampel

b. Hipotesis Statistik

Ho:  $\beta_1 \& \beta_2 = 0$ : Persepsi keinginan dan Persepsi Kelayakan tidak berpengaruh secara simultan terhadap Niat Berwirausaha pada Generasi Milenial Mahasiswa Kelas Karyawan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Komputer Indonesia

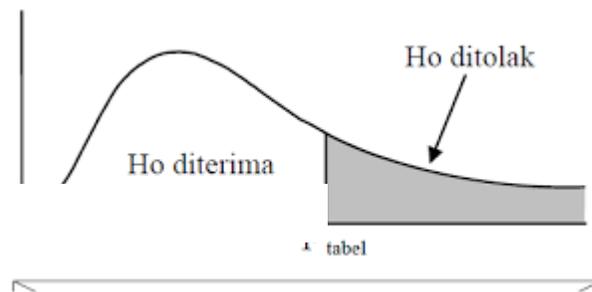
Ha:  $\beta_1 \& \beta_2 \neq 0$ : Persepsi keinginan dan Persepsi Kelayakan berpengaruh secara simultan terhadap *Niat Berwirausaha* pada Generasi Milenial Mahasiswa Kelas Karyawan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Komputer Indonesia

**Kriteria Pengujian**

Menentukan Tingkat Signifikansi  $\alpha$  yaitu 5% atau 0,05 dan derajat bebas ( $db = n - k + 1$ ), untuk mengetahui daerah Ftabel sebagai batas daerah penerimaan dan penolakan.

1. Hasil Fhitung dibandingkan dengan Ftabel dengan kriteria :
  - Tolak H0 jika Fhitung > Ftabel pada alpha 5%
  - Tolak H0 jika Fhitung < Ftabel pada alpha 5%
2. Menentukan kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis dengan membandingkan Fhitung dengan Ftabel dengan ketentuan :
  - Jika Fhitung > Ftabel, maka H0 ditolak (signifikan)
  - Jika Fhitung < Ftabel, maka H0 diterima (tidak signifikan)
3. Menggambar daerah penerimaan H0 dan Penolakan H0

**Gambar 3.2 uji f statistik**



Sumber : Sugiyono (2013:192)

4. Penarikan

Kesimpulan

Berdasarkan gambar di atas, daerah yang diarsir merupakan daerah penolakan  $H_0$ , dan berlaku sebaliknya. Jika  $t$  hitung dan  $F$  hitung jatuh di daerah penolakan (penerimaan), maka  $H_0$  ditolak (diterima) dan  $H_a$  diterima (ditolak). Artinya koefisien regresi signifikan (tidak signifikan).

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### 4.1. Gambaran Umum Perusahaan

#### 4.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan

#### 4.1.2 Profil Program Studi Manajemen Unikom

Program Studi S1 Manajemen merupakan bagian dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Komputer Indonesia. Fakultas Ekonomi dan Bisnis merupakan salah satu fakultas yang pertama kali didirikan bersama-sama dengan Universitas,

sehingga kematangan pengelolaan telah teruji dengan akreditasi “A”.

Mahasiswa program studi manajemen merupakan mahasiswa yang memiliki keunggulan akademis yang tinggi serta melalui proses saringan masuk yang dijaga ketat kualitasnya. Berbagai prestasi telah diraih oleh mahasiswa Manajemen UNIKOM baik prestasi dalam skala nasional maupun internasional. Mahasiswa yang telah lulus dan menjadi alumni juga banyak yang telah bekerja pada berbagai tingkatan manajemen, hingga sampai pada level Top Management.

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNIKOM, mahasiswa dididik untuk memahami, menjalankan, dan mengembangkan ilmu dan praktek manajemen. Sebagai institusi Teknologi, kemampuan manajemen mahasiswa tersebut disisipi dengan ilmu teknologi. Dengan berbekal kemampuan manajemen yang disisipkan dengan ilmu teknologi, lulusan Program studi Manajemen Fakultas Ekonomi UNIKOM dirancang akan berperan di masyarakat sebagai

1. manajer profesional yang bekerja di perusahaan nasional maupun multinasional,.
2. wirausahawan inovatif yang jeli dan berani menangkap peluang bisnis, dan,
3. ilmuwan manajemen yang memiliki kelengkapan dan kedalaman ilmu.

Lewat ketiga kelompok profesi tersebut, Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNIKOM ikut berkontribusi untuk mewujudkan visi UNIKOM lewat kiprah para alumninya.

### 4.1.3 Visi, Misi dan Tujuan

- **Visi**

Menjadikan Program Studi Manajemen yang terdepan agar dapat menghasilkan Sumber Daya Manusia profesional dan berjiwa entrepreneur, berwawasan global, berdaya cipta dan berdaya saing tinggi serta mampu merespon perkembangan Ilmu Manajemen dan menguasai teknologi informasi dan komunikasi pada era globalisasi.

- **Misi**

1. Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran modern secara profesional dalam bidang ilmu manajemen dan mengembangkan jiwa entrepreneur berdasarkan budaya organisasi Unikom (PIQIE yaitu *Professionalism, Integrity, Quality, Information Technology, Excellence*) yang didukung oleh sistem pendidikan yang kondusif yang berbasis pada penguasaan perangkat *software* (perangkat lunak), *Hardware* (perangkat keras), serta penguasaan perangkat teknologi informasi dan komunikasi.

2. Melaksanakan penelitian yang menjunjung pengembangan ilmu manajemen berdasarkan budaya organisasi Unikom (PIQIE yaitu *Professionalism, Integrity, Quality, Information Technology, Excellence*) untuk meningkatkan kualitas dosen dan mahasiswa.

3. Melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui pengasahan kepekaan terhadap masalah sosial ekonomi serta perubahan teknologi informasi dengan mengacu pada semangat budaya PIQIE Unikom.

4. Memperluas jaringan kerjasama dengan pihak industri, organisasi publik, maupun perguruan tinggi baik secara nasional dan internasional yang berhubungan dengan ilmu manajemen melalui kerjasama pendidikan, penelitian dan pengabdian pada masyarakat.

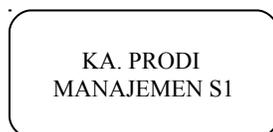
• **Tujuan**

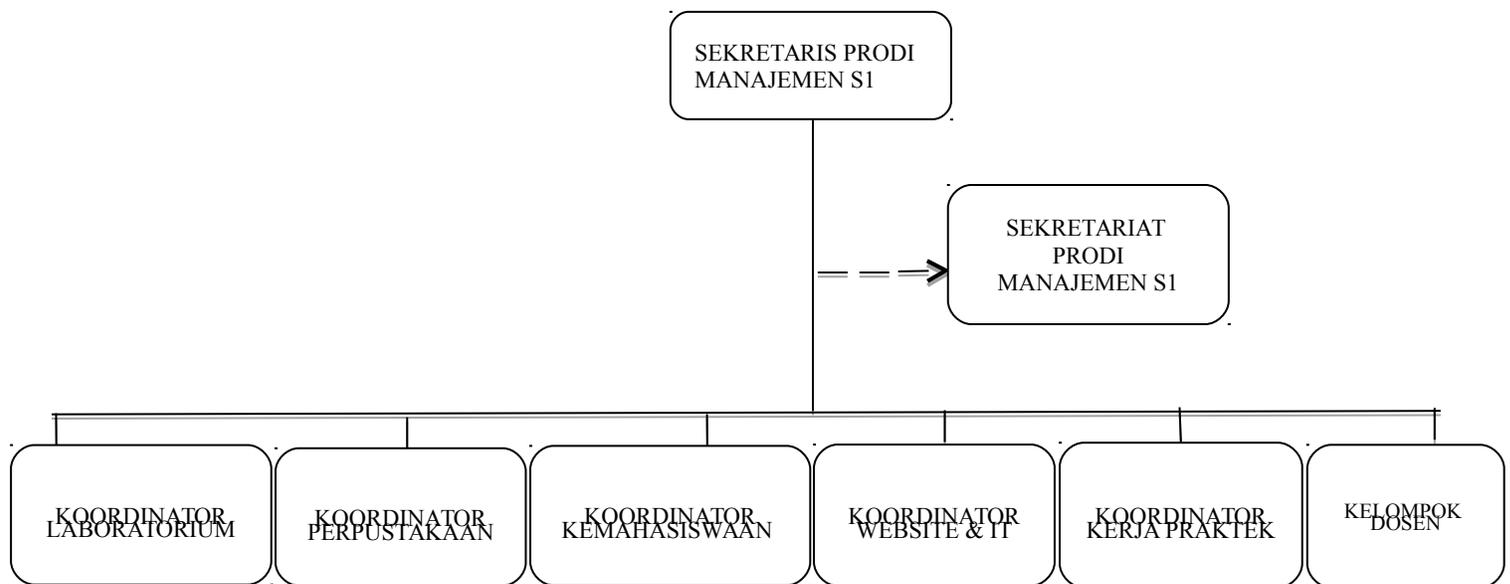
1. Menghasilkan lulusan yang memiliki daya saing dan profesional baik di tingkat nasional maupun global.
2. Menghasilkan lulusan yang siap menjadi tenaga profesional di bidang ilmu manajemen berbasis teknologi informasi dan komunikasi. Menghasilkan lulusan yang memiliki jiwa wirausaha sehingga para lulusan tersebut memiliki kreativitas untuk membuka lahan usaha yang baru.
3. Mengembangkan kemampuan dosen dalam proses pembelajaran.
4. Meningkatkan kualitas dan kuantitas penelitian serta pengabdian kepada masyarakat.
5. Mengembangkan kerja sama dengan Perguruan Tinggi, perusahaan, pemerintah baik nasional maupun global.
6. Mampu bersikap profesional dan beretika dalam bekerja.

**4.1.4 Struktur Organisasi Perusahaan**

Dalam sebuah organisasi agar tercapai susunan kerja yang baik ditiap kinerja anggotanya memerlukan sebuah struktur yang terencana dan dapat memperlihatkan alur kerja yang baik. Adapun struktur organisasi program studi manajemen adalah sebagai berikut :

**Struktur Organisasi Prodi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi UNIKOM**





**Gambar 4.1** Struktur Organisasi Prodi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi UNIKOM.

## 4.2 Karakteristik Responden

Karakteristik responden merupakan gambaran dari keberadaan responden yang terlibat dalam penelitian yaitu berdasarkan umur, jenis kelamin, dan tahun angkatan. Dari hasil penyebaran kuesioner yang disebar kepada 35 Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Komputer Indonesia seperti yang telah dijelaskan pada bab III sebelumnya yang akan mengkaji pengaruh Persepsi Keinginan, dan Persepsi Kelayakan terhadap Niat Berwirausaha. Data diperoleh dari penyebaran angket kepada responden sebagai sumber data utama dalam penelitian ini, selain upaya perolehan data melalui observasi, wawancara dan studi pustaka untuk melengkapi data utama.

Angket terdiri dari 12 butir pernyataan dengan perincian 6 butir pernyataan

mengenai Persepsi Keinginan , 3 butir pernyataan mengenai Persepsi Kelayakan, dan 3 butir pernyataan tentang Niat Berwirausaha. Metode analisis yang digunakan untuk mengolah data pada penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis verifikatif sebagai alat bantu dalam pengambilan kesimpulan.

Karakteristik responden yang akan diuraikan berikut ini mencerminkan bagaimana keadaan responden yang diteliti meliputi jenis kelamin, usia, dan tahun angkatan.

#### 4.2.1. Karakteristik Responden

Untuk mengetahui karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada Tabel 4.1 berikut ini:

**Tabel 4.1**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>%</b>
Laki-Laki	15	42.9%
Perempuan	20	57.1%
<b>Total</b>	<b>35</b>	<b>100</b>

Sumber: Kuesioner (data diolah), 2019

Berdasarkan tabel 4.1 di atas dapat diketahui bahwa mayoritas responden berjenis kelamin pria sebesar 42.9% sementara jumlah terkecil responden berjenis kelamin wanita sebesar 57.1%.

Hasil deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa yang menjadi responden pada penelitian ini berjenis

kelamin wanita. Hal ini berarti bahwa sebagian besar responden berpotensi dalam mengembangkan wirausaha.

Sesuai pernyataan menurut Menurut **Alma (2011:44)** ada beberapa faktor yang menunjang berkembangnya wanita di dalam bidang usaha, yaitu :

1. Naluri kewanitaan yang berkerja lebih cermat, pandai mengamati masa depan, menjaga keharmonisan, kerjasama dalam rumah tangga dapat diterapkan dalam kehidupan usaha.
2. Mendidik anggota keluarga agar berhasil di kemudian hari, dapat dikembangkan dalam personel manajemen perusahaan.
3. Faktor adat istiadat, dimana wanita memegang peranan dalam mengatur ekonomi rumah tangga seperti di Bali dan Sumatera Barat.
4. Lingkungan kebutuhan hidup seperti jahit menjahit, menyulam, membuat kue, aneka masakan, kosmetika, mendorong lahirnya wanita pengusaha yang mengembangkan komoditi tsb.
5. Majunya dunia pendidikan wanita sangat mendorong perkembangan wanita karir, menjadi pegawai, atau membuka usaha sendiri dalam berbagai bidang usaha.

**Tabel 4.2**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

Usia	Frekuensi	%
------	-----------	---

<20 Tahun	5	14.3%
20-25 Tahun	30	85.7%
25-30 Tahun	0	0%
>30 Tahun	0	0%
<b>Total</b>	<b>35</b>	<b>100</b>

Sumber : Kuesioner (data diolah),2019

Berdasarkan tabel 4.2 diatas menunjukkan banyaknya responden berdasarkan usia. dapat diketahui sebagian besar responden yang diteliti sebanyak 35 orang atau 85.7% adalah responden yang berusia sekitar 20-25 tahun, dan diikuti oleh responden yang usianya antara dibawah 20 tahun yaitu sebanyak 5 orang atau 14.3%. Dari hasil survey yang dilakukan penulis, persepsi keinginan dan kelayakan untuk menjadi seorang pengusaha pada generasi milenial cukup positif, semakin banyaknya kaum muda melakukan berwirausaha semakin banyak kaum muda yang terinspirasi masuk kedalam lingkaran bisnis.

Sesuai pernyataan menurut **Dush M. Dkk. (2012:2)**dalam penelitiannya di Orissa, India menemukan bahwa kewirausahaan oleh kaum muda dalam beberapa tahun terakhir telah berhasil mendongkrak persaingan ekonomi dan meningkatkan pembangunan di daerah tersebut.

**Tabel 4.3**

**Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan Semester**

No	Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase
1	Semester 4	6	17.1%
2	Semester 6	14	40%
3	Semester 8	7	20%
4	Semester <8	8	22.9%

Total	35	100%
-------	----	------

Sumber : Kuesioner (data diolah),2019

#### 4.3 Analisis Deskriptif

Gambaran data hasil penelitian dapat digunakan untuk memperkaya pembahasan, melalui gambaran data tanggapan responden dapat diketahui bagaimana tanggapan responden terhadap setiap variabel yang sedang diteliti. Untuk melihat jawaban atau penilaian responden terhadap setiap pernyataan yang diajukan dalam kuesioner, maka dilakukan analisis deskriptif dengan pendekatan distribusi frekuensi dan persentase, sedangkan untuk melihat penilaian responden terhadap setiap variabel yang diteliti dapat dilihat dari nilai prosentase dari hasil skor aktual dan ideal yang diperoleh. Adapun untuk keperluan analisis distribusi jawaban responden disajikan dalam bentuk garis kontinum. Agar lebih mudah dalam menginterpretasikan variabel yang sedang diteliti, dilakukan kategorisasi terhadap persentase skor tanggapan responden yang diperoleh sebagai berikut:

Tabel 4.4  
Kriteria Persentase Tanggapan Responden

No	% Jumlah Skor	Kriteria
1	20 – 36%	Tidak Baik
2	36,01 – 52,00%	Kurang Baik
3	52,01 – 68,00%	Cukup Baik
4	68,01 – 84,00%	Baik
5	84,01% - 100%	Sangat Baik

Sumber : Ghozali (2014:146)

**4.3.1 Tanggapan Responden Mengenai Persepsi Keinginan Pada Mahasiswa Kelas Karyawan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Komputer Indonesia (X1)**

Persepsi Keinginan terdiri dari indikator *Personal Attitude* dan *Social Norm*.

Indikator tersebut dijadikan sebagai alat ukur untuk mengetahui persepsi Responden mengenai Persepsi Keinginan pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Komputer Indonesia.

Sesuai pernyataan menurut **Linan dan Cohard (2011:198)** menyatakan bahwa indikator dari Persepsi keinginan *Perceived Desirability* dapat diukur berdasarkan *Personal Attitude* dan *Social Norm*.

**4.3.1.1 Tanggapan Responden Mengenai Indikator *Personal Attitude***

Berikut ini adalah hasil tanggapan responden Mahasiswa Kelas Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Komputer Indonesia pada indikator *Personal Attitude* terdapat tiga kuisioner yaitu sebagai berikut:

**Tabel 4.5**  
**Tanggapan Responden Mengenai Memulai usaha adalah hal yang menarik bagi saya**

No item	Tanggapan	Frekuensi	Skor Aktual	Persentase
1.	Sangat Setuju	0	0	0%
	Setuju	4	16	11.4%
	Cukup Setuju	18	54	51.4%
	Tidak Setuju	13	26	37.2%
	Sangat Tidak Setuju	0	0	0%
	Total	35	96	100%

Sumber: Hasil diolah peneliti (2019)

Berdasarkan tabel diatas pernyataan “Memulai usaha adalah hal yang menarik

bagi saya”. Dari hasil tersebut responden menjawab “sangat setuju” sebanyak 0%, responden yang menjawab “setuju” sebanyak 4 orang (11.4%), mayoritas responden yang menjawab “cukup setuju” sebanyak 18 orang (51.4%), responden menjawab “tidak setuju” sebanyak 13 orang 37.2% dan responden menjawab “sangat tidak setuju” sebanyak 0%. Berdasarkan fakta dilapangan penulis menemukan bahwa, hal ini membuktikan bahwa ketertarikan mahasiswa mengacu pada sikap kewirausahaan seseorang yang menginginkan sebuah usaha atau tingkatan seseorang dalam mengevaluasi hasil yang menguntungkan dan merugikan dari hasil kegiatan kewirausahaan. cukup tertarik untuk dapat memulai usahanya sendiri. Sesuai pernyataan menurut **Krueger dan Susetyo (2013:385)** bias personal seseorang yang memandang penciptaan usaha baru sebagai sesuatu yang menarik dan diinginkan.

**Tabel 4.6**

**Tanggapan Responden Mengenai Apabila bisnis saya mengalami kegagalan, saya siap untuk memulainya kembali**

No item	Tanggapan	Frekuensi	Skor Aktual	Persentase
2.	Sangat Setuju	0	0	0%
	Setuju	2	8	5.7%
	Cukup Setuju	13	39	37.2%
	Tidak Setuju	20	40	57.1%
	Sangat Tidak Setuju	0	0	0%
	Total	35	87	100%

Sumber: Hasil diolah peneliti (2019)

Berdasarkan tabel diatas pernyataan “Apabila bisnis saya mengalami kegagalan, saya siap untuk memulainya kembali”, Dari hasil tersebut responden menjawab “sangat setuju” sebanyak 0%, responden yang menjawab setuju sebanyak 2 orang (5.7%), responden menjawab cukup setuju sebanyak 13orang 37.2% mayoritas responden yang menjawab “tidak setuju” sebanyak 20 orang (57.1%) dan responden menjawab “sangat tidak setuju” sebanyak 0%.Berdasarkan fakta dilapangan penulis menemukan bahwa, hal ini membuktikan bahwa mahasiswa yang belum memiliki keyakinan pada dirinya sendiri merasa tidakdapat menjawab tantangan yang ada di depan merekadan belum cukup siap dengan segala resiko saat menjadi wirausaha.

Sesuai pernyataan menurut **Meredith dalam Suryana (2013:12)** berwirausaha adalah suatu pekerjaan yang mampu merencanakan, mengambil resiko, keputusan, dan tindakan untuk mencapai tujuan yang harus bersifat fleksibel dan imajinatif.

**Tabel 4.7**

**Tanggapan Responden Mengenai Menjalani aktifitas sebagai wirausaha adalah hal yang saya inginkan dari dulu**

No item	Tanggapan	Frekuensi	Skor Aktual	Persentase
3.	Sangat Setuju	0	0	0%
	Setuju	3	12	8.6%
	Cukup Setuju	10	40	28.6%
	Tidak Setuju	22	44	62.8%
	Sangat Tidak Setuju	0	0	0%

	Total	35	86	100%
--	-------	----	----	------

Sumber: Hasil diolah peneliti (2019)

Berdasarkan tabel diatas pernyataan “Menjalani aktifitas sebagai wirausaha adalah hal yang saya inginkan dari dulu”. Dari hasil tersebut responden menjawab “sangat setuju” sebanyak 0%, responden yang menjawab “setuju” sebanyak 3 orang (8.6%), responden menjawab “cukup setuju” sebanyak 10 orang 28.6%, mayoritas responden yang menjawab “tidak setuju” sebanyak 22 orang (62.8%) dan responden menjawab “sangat tidak setuju” sebanyak 0%. Berdasarkan fakta dilapangan penulis menemukan bahwa, hal ini mengacu pada sejauh mana mahasiswa belum merasakan ketertarikan pada perilaku berwirausaha.

Sesuai pernyataan menurut **Linan dan Cohard (2011:198)** tingkat ketertarikan seseorang terhadap suatu perilaku dipengaruhi oleh sikapnya dalam memandang perilaku tersebut.

#### 4.1.3.2 Tanggapan Responden Mengenai Indikator *Social Norm*

Berikut ini adalah hasil tanggapan Responden Mahasiswa Kelas Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Komputer Indonesia pada indikator *Social Norm* terdapat dua kuisisioner yaitu sebagai berikut:

**Tabel 4.8**  
**Tanggapan Responden Mengenai Saya didukung oleh orang terdekat, keluarga, dosen dan teman untuk memulai bisnis**

No item	Tanggapan	Frekuensi	Skor Aktual	Persentase
	Sangat Setuju	0	0	0%

4.	Setuju	3	12	8.6%
	Cukup Setuju	12	36	34.4%
	Tidak Setuju	20	40	57.1%
	Sangat Tidak Setuju	0	0	0%
	Total	35	88	100%

Sumber: Hasil diolah peneliti (2019)

Berdasarkan tabel diatas pernyataan “Saya didukung oleh orang terdekat, keluarga, dosen dan teman untuk memulai bisnis”. Dari hasil tersebut responden menjawab “sangat setuju” sebanyak 0%, responden yang menjawab “setuju” sebanyak 3orang (8.6%), responden menjawab “cukup setuju” sebanyak 12orang 34.4%, mayoritas responden yang menjawab “tidak setuju” sebanyak 20 orang (57.1%) dan responden menjawab “sangat tidak setuju” sebanyak 0%. Berdasarkan fakta dilapangan penulis menemukan bahwa,hal ini membuktikan bahwa peran dukungan keluarga, dosen, dan teman dekat tidak mempunyai rujukan penting dalam menyetujui atau menolak melakukan suatu perilaku tertentu dalam melakukan sebuah usaha.

Sesuai pernyataan menurut **Jose Veciana et al., dan Yusuf (2011:165)** Dalam kasus keluarga,bahwa anggota keluarga terutama ayah atau ibu memainkan peran yang paling kuat dalam membangun keinginan dan kredibilitas dari tindakan kewirausahaan bagi seorang individu.

**Tabel 4.9**

**Tanggapan Responden Mengenai Pandangan positif masyarakat jika saya menjadi seorang wirausaha**

No item	Tanggapan	Frekuensi	Skor Aktual	Persentase
---------	-----------	-----------	-------------	------------

5.	Sangat Setuju	0	0	0%
	Setuju	3	12	8.6%
	Cukup Setuju	10	30	28.6%
	Tidak Setuju	22	44	62.8%
	Sangat Tidak Setuju	0	0	0%
	Total	35	86	100%

Sumber: Hasil diolah peneliti (2019)

Berdasarkan tabel diatas pernyataan “Pandangan positif masyarakat jika saya menjadi seorang wirausaha”, Dari hasil tersebut responden menjawab “sangat setuju” sebanyak 0%, responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 3orang (8.6%), responden menjawab “cukup setuju” sebanyak 10orang 28.6%, mayoritas responden yang menjawab “tidak setuju” sebanyak 22 orang (62.8%), dan responden menjawab “sangat tidak setuju” sebanyak 0%. Berdasarkan fakta dilapangan penulis menemukan bahwa, mahasiswa belu, memahami tentang membuka lapangan pekerjaan untuk masyarakat setempat, baik itu masyarakat yang memang kekurangan finansial, tidak cocok di bidang pekerjaan yang sebelumnya, kesulitan ijazah, bahkan pengangguran sekalipun. Semakin sukses dan semakin berkembangnya sebuah bisnis, pasti akan membutuhkan semakin banyak sumber daya manusia.

Sesuai pernyataan menurut **Buchari Alma (2013: 7)** semakin banyaknya lapangan pekerjaan yang terbuka bagi masyarakat. Dengan berkurangnya jumlah pengangguran, berarti sebuah bisnis telah berhasil mewujudkan tujuan kewirausahaan untuk memajukan dan menyejahterakan masyarakat.

**Tabel 4.10**  
**Tanggapan Responden Mengenai Saya terinspirasi oleh orang yang sukses**  
**untuk menjadi wirausaha**

No item	Tanggapan	Frekuensi	Skor Aktual	Persentase
6.	Sangat Setuju	0	0	0%
	Setuju	2	8	5.7%
	Cukup Setuju	18	54	51.4%
	Tidak Setuju	15	40	42.9%
	Sangat Tidak Setuju	0	0	0%
	Total	35	92	100%

Sumber: Hasil diolah peneliti (2019)

Berdasarkan tabel di atas pernyataan “Saya terinspirasi oleh orang yang sukses untuk menjadi wirausaha”. Dari hasil tersebut responden menjawab “sangat setuju” sebanyak 0%, responden yang menjawab “setuju” sebanyak 2 orang (5.7%), mayoritas responden yang menjawab “cukup setuju” sebanyak 18 orang (51.4%) responden menjawab “tidak setuju” sebanyak 15 orang 42.9%, dan responden menjawab “sangat tidak setuju” sebanyak 0%. Berdasarkan fakta di lapangan penulis menemukan bahwa, hal ini membuktikan bahwa mahasiswa telah memiliki inspirasi terhadap seseorang atau pengusaha yang sudah berhasil dan dapat dijadikan acuan dalam memulai berwirausaha agar bisa menjadi orang yang sukses.

Dalam artikel <https://CiputraUceo.com> menyatakan hal yang akan memotivasi seseorang menjadi seorang *Entrepreneur* adalah memiliki inspirasi tokoh bisnis. Dalam hal ini ada seseorang yang mampu mendorong dirinya untuk menjadi seorang pengusaha.

#### **4.1.3.3 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Persepsi Keinginan Mahasiswa Kelas Karyawan Program Studi Manajemen Fakultas**

## Ekonomi dan Bisnis Universitas Komputer Indonesia

Berdasarkan hasil tanggapan responden mengenai 2 indikator dan 3 pernyataan kuisioner dari variabel Persepsi Keinginan yang telah diuraikan, maka dapat diperoleh jumlah skor tanggapan responden masing – masing indikator sebagai berikut.

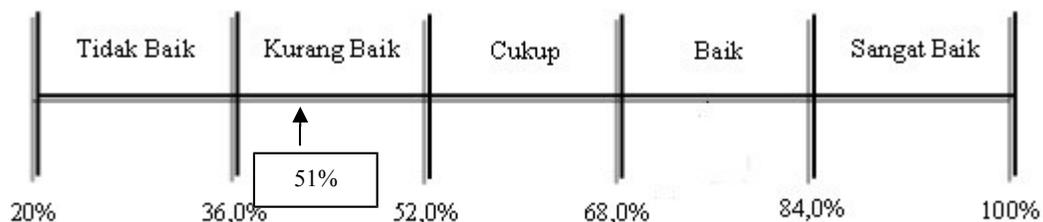
**Tabel 4.11**

### Jumlah Skor Tanggapan Responden Mengenai Variabel Persepsi Keinginan

No	Indikator	Skor Aktual	Skor Ideal	Skor Total (%)	Kategori
1.	<i>Personal Attitude</i>	269	525	51.2	Kurang Baik
2.	<i>Social Norm</i>	266	525	50.7	Kurang Baik
<b>Jumlah</b>		<b>535</b>	<b>1050</b>		<b>Kurang Baik</b>
<b>Skor Total</b>		<b>535/1050x100%=51%</b>			

Sumber: Kuisioner (data diolah), 2019

Jika digambarkan pada garis kontinum, nilai skor aktual tampak sebagai berikut:



**Gambar 4.2**

### Garis Kontinum mengenai Variabel Persepsi Keinginan

Berdasarkan tabel diatas menjelaskan rekapitulasi tanggapan-tanggapan responden mengenai persepsi keinginan dengan *Personal Attitude* dengan persentase sebesar 51.2%, sedangkan nilai persentase terendah diperoleh sebesar 50.7% berkenaan dengan *Social Norm*. Secara keseluruhan dari tabel tersebut diperoleh nilai

persentase sebesar 51% dan terkategori kurang baik. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa berdasarkan fakta dilapangan penulis menemukan bahwa, hal ini terbukti sesuai dengan kondisi dilapangan bahwa dalam hal persepsi keinginan mahasiswa kurang baik untuk mendapatkan hal yang potensial dalam memandang untuk menjadi pengusaha. Selain keinginan mahasiswa ada beberapa faktor pendukung yang kurang didukung seperti lahiriah yang siap mengambil keputusan dan resiko, terutama faktor peran lingkungan keluarga dan sosial.

Sesuai pernyataan menurut (Bessant & Tidd, 2011). Keterkaitan karakter dalam keinginan berwirausaha juga memberikan hubungan pendukung yang penting. Faktor-faktor lahiriah yang terbentuk sebagai karakter dalam memandang konsep kewirausahaan yang dilatarbelakangi faktor-faktor seperti keberanian mengambil keputusan dan resiko, kemampuan daya saing dalam kreativitas, peran lingkungan sosial dan kendali diri atas preferensi yang ada dapat memberikan dampak tinggi rendahnya keinginan untuk berwirausaha.

#### **4.1.3.4 Tanggapan Responden Mengenai Persepsi Kelayakan Mahasiswa Kelas Karyawan Program Studi manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Komputer Indonesia.**

Persepsi Kelayakan terdiri dari 3 indikator yaitu Kepercayaan Diri, Kepemimpinan Sumber Daya Manusia, dan Keyakinan Akan Sukses. Indikator tersebut dijadikan sebagai alat ukur untuk mengetahui persepsi Responden mengenai Persepsi Kelayakan yang ditawarkan Mahasiswa Kelas Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Komputer Indonesia.

Sesuai pernyataan menurut (Cohard 2011:198) Persepsi kelayakan yaitu tingkat perasaan seseorang yang menganggap dirinya secara personal mampu melakukan suatu perilaku. Terdapat beberapa indikator yaitu Kepercayaan Diri, Kepemimpinan Sumber Daya Manusia, dan Keyakinan Akan Sukses.

#### 4.1.4.1 Tanggapan Responden Mengenai Indikator Kepercayaan Diri

Agar lebih jelas penulis menjabarkan Hasil tanggapan Responden Mahasiswa Kelas Karyawan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Komputer Indonesia pada indikator Kepercayaan Diri terdapat satu kuisioner yaitu sebagai berikut:

**Tabel 4.12**

**Tanggapan Responden Mengenai Saya yakin, bahwa saya dapat mengelola usaha yang akan dijalani**

No item	Tanggapan	Frekuensi	Skor Aktual	Persentase
1.	Sangat Setuju	0	0	0%
	Setuju	2	8	5.7%
	Cukup Setuju	11	33	31.4%
	Tidak Setuju	22	44	62.9%
	Sangat Tidak Setuju	0	0	0%
	Total	35	85	100%

Sumber: Hasil diolah peneliti (2019)

Berdasarkan tabel diatas pernyataan “Saya yakin, bahwa saya dapat mengelola usaha yang akan dijalani”. Dari hasil tersebut responden menjawab “sangat setuju” sebanyak 0%,%, responden yang menjawab “setuju” sebanyak 2 orang 5.7% responden menjawab “cukup setuju” sebanyak 11 orang 31.4% mayoritas responden menjawab “tidak setuju” sebanyak 22 orang 62.9%, dan responden

menjawab “sangat tidak setuju” sebanyak 0%. Berdasarkan fakta dilapangan penulis menemukan bahwa,hal tersebut menunjukan bahwa mahasiswa brlum memiliki pandangan positif terhadap skill yang dimilikinya dan meyakini bahwa hal tersebut membuat mahasiswa mampu menjadi seorang wirausaha.

Sesuai pernyataan menurut **Evi Fitriani, (2015:30)** bahwa percaya diri adalah suatu keyakinan seseorang terhadap aspek kelebihan yang dimilikinya dan keyakinan tersebut membuatnya mampu mencapaitujuan di dalam hidupnya.

#### **4.1.4.2 Tanggapan Responden Mengenai Indikator Kepemimpinan Sumber Daya Manusia**

Berikut ini adalah hasil tanggapan Responden Mahasiswa Kelas Karyawan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Komputer Indonesia pada indikator Kepemimpinan Sumber Daya Manusia terdapat satukuisisioner yaitu sebagai berikut:

**Tabel 4.13**  
**Tanggapan Responden Mengenai Saya mempunyai kepemimpinan sumberdaya manusia untuk mengontrol bisnis yang akan dijalani**

No item	Tanggapan	Frekuensi	Skor Aktual	Persentase
	Sangat Setuju	0	0	0%
	Setuju	3	12	8.6%

2.	Cukup Setuju	11	33	31.4%
	Tidak Setuju	21	42	60%
	Sangat Tidak Setuju	0	0	0%
	Total	35	87	100%

Sumber: Hasil diolah peneliti (2019)

Berdasarkan tabel diatas pernyataan “Saya mempunyai kepemimpinan sumberdaya manusia untuk mengontrol bisnis yang akan dijalani”. Dari hasil tersebut responden menjawab “sangat setuju” sebanyak 0%, responden yang menjawab “setuju” sebanyak 3orang (8.6%), responden menjawab “cukup setuju” sebanyak 11orang 31.4%, mayoritas responden yang menjawab “tidak setuju” sebanyak 21 orang (60%) dan responden menjawab “sangat tidak setuju” sebanyak 0%. Berdasarkan fakta dilapangan penulis menemukan bahwa, hal tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa belum mempunyai keinginan untuk mengetahui dan terlibat dalam suatu penciptaan nilai sosial, lingkungan, dan ekonomi untuk mengarahkan bisnisnya sendiri.

Sesuai pernyataan menurut Greenberg et al, (2011:2)Kepemimpinan wirausaha harus tahu bagaimana untuk mengarahkan penciptaan nilai sosial, lingkungan, dan ekonomi dan ketegangan yang melekat dan potensi sinergi di dalamnya. Selain itu mereka harus belajar untuk terlibat penciptaan nilai sosial, lingkungan, dan ekonomi secara simultan daripada secara berurutan.

#### **4.1.4.3 Tanggapan Responden Mengenai Indikator Keyakinan Akan Sukses**

Berikut ini adalah hasil tanggapan Responden Mahasiswa Kelas Karyawan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Komputer

Indonesia pada indikator Keyakinan Akan Sukses terdapat satu kuisioner yaitu sebagai berikut:

**Tabel 4.14**

**Tanggapan Responden Mengenai Saya yakin bahwa usaha yang akan dijalani mendapatkan hasil yang memuaskan**

No item	Tanggapan	Frekuensi	Skor Aktual	Persentase
3.	Sangat Setuju	0	0	0%
	Setuju	3	12	8.6%
	Cukup Setuju	12	36	34.3%
	Tidak Setuju	20	40	57.1%
	Sangat Tidak Setuju	0	0	0%
	Total	35	88	100%

Sumber: Hasil diolah peneliti (2019)

Berdasarkan tabel diatas pernyataan “Saya yakin bahwa usaha yang akan dijalani mendapatkan hasil yang memuaskan. Dari hasil tersebut responden menjawab “sangat setuju” sebanyak 0%, responden yang menjawab “setuju” sebanyak 3orang (8.6%), mayoritas responden yang menjawab “cukup setuju” sebanyak 12orang 34.3%, mayoritas responden menjawab “tidak setuju” sebanyak 20 orang (57.1%), dan responden menjawab “sangat tidak setuju” sebanyak 0%. Berdasarkan fakta dilapangan penulis menemukan bahwa, hal tersebut menunjukkan kecemasan mahasiswa dalam melakukan usaha yang akan dijalaninya dan tidak memiliki jiwa keberanian dalam mengambil resiko.

Dalam artikel [www.tommCIFLE.com](http://www.tommCIFLE.com) menyatakan Selalu yakin dengan apa yang dilakukan. Yakin bahwa apa yang dilakukan itu bermanfaat, baik bagi diri sendiri, maupun orang lain. Tidak perlu peduli dengan pendapat orang-orang yang tidak

setuju. Keyakinan itu nantinya akan menumbuhkan rasa percaya diri. Sebelum bertindak sebaiknya juga dipikirkan dulu untung ruginya, agar tidak menimbulkan resiko buruk bagi diri sendiri maupun orang lain.

#### 4.1.4.5. Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Persepsi Kelayakan Mahasiswa Kelas Karyawan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Komputer Indonesia

Berdasarkan hasil tanggapan responden mengenai 3 indikator dan 3 pernyataan kuisioner dari variabel Persepsi Kelayakan yang telah diuraikan, maka dapat diperoleh jumlah skor tanggapan responden masing – masing indikator sebagai berikut.

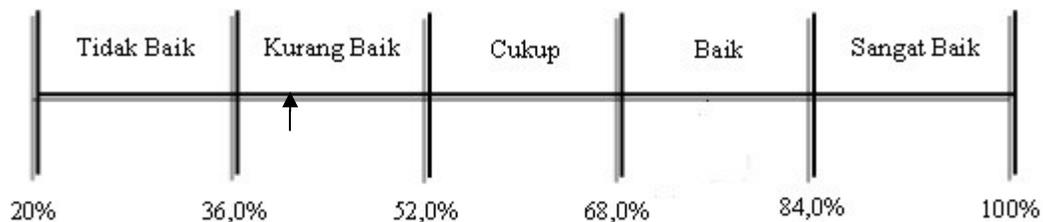
**Tabel 4.15**

**Jumlah Skor Tanggapan Responden Mengenai Variabel Persepsi Kelayakan**

No	Indikator	Skor Aktual	Skor Ideal	Skor Total (%)	Kategori
1.	Kepercayaan Diri	85	175	48.6	Kurang Baik
2.	Kepemimpinan Sumber Daya Manusia	87	175	49.7	Kurang Baik
3.	Keyakinan Akan Sukses	88	175	50.3	Kurang Baik
<b>Jumlah</b>		<b>260</b>	<b>525</b>		<b>Kurang Baik</b>
<b>Skor Total</b>		<b>260/525x100%=49.5%</b>			

Sumber: Kuisioner (data diolah), 2019

Jika digambarkan pada garis kontinum, nilai skor aktual tampak sebagai berikut:



49.5%

### **Gambar 4.3**

#### **Garis Kontinum mengenai Variabel Persepsi Kelayakan**

Berdasarkan tabel diatas menjelaskan rekapitulasi tanggapan-tanggapan responden mengenai persepsi kelayakan. Dari hasil penelitian diketahui nilai persentase tertinggi diperoleh sebesar 50.3%, berkenaan dengan keyakinan akan sukses, sedangkan nilai persentase terendah diperoleh sebesar 48.6% berkenaan dengan kepercayaan diri. Secara keseluruhan dari tabel tersebut diperoleh nilai persentase sebesar 49.5% dan terkategori kurang baik. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa, hal ini terbukti sesuai dengan kondisi dilapangandalam persepsi kelayakan pada mahasiswa, kurang mempunyai kemampuan untuk mengumpulkan sumber-sumber yang berkaitan dengan berwirausaha baik itu SDM, Sosial, dan Modal Usaha.

Seusi pernyataan menurut **Dissanayake(2013:33)**.Persepsi Kelayakan menunjukkan derajat kepercayaan dimana seseorang memandang dirinya mempunyai kemampuan untuk mengumpulkan sumberdaya-sumberdaya (manusia, sosial, finansial) untuk membangun usaha baru.

#### **4.1.5 Tanggapan Responden Mengenai Niat Berwirausaha Mahasiswa Kelas Karyawan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Komputer Indonesia**

Pada penelitian ini pengukuran Kuisisioner Niat Berwirausaha di ukur dengan membagi variabel menjadi 3 indikator yaitu Pendidikan, Pengalaman Kerja, dan Keluarga. Indikator tersebut dijadikan sebagai alat ukur untuk mengetahui persepsi

Responden mengenai Niat Berwirausaha pada Mahasiswa Kelas Karyawan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Komputer Indonesia.

Sesuai pernyataan menurut **Isabella (2010: 14)** Niat berwirausaha dapat diukur dengan 3 variabel Pendidikan, Pengalaman Kerja, dan Keluarga.

#### 4.1.5.1 Tanggapan Responden Mengenai Indikator Pendidikan

Berikut ini adalah hasil tanggapan Responden Mahasiswa Kelas Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Komputer Indonesia mengenai Pendidikan yang dilakukan Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Komputer Indonesia terdapat satu kuisioner yaitu sebagai berikut:

**Tabel 4.16**

**Tanggapan Responden Mengenai Saya dapat mencari informasi tentang wirausaha setelah mendapatkan matakuliah kewirausahaan**

No item	Tanggapan	Frekuensi	Skor Aktual	Persentase
1.	Sangat Setuju	0	0	0%
	Setuju	6	24	17.1%
	Cukup Setuju	7	21	20%
	Tidak Setuju	22	44	62.9%
	Sangat Tidak Setuju	0	0	0%
	Total	35	89	100%

Sumber: Hasil diolah peneliti (2019)

Berdasarkan tabel diatas pernyataan “Saya dapat mencari informasi tentang wirausaha setelah mendapatkan matakuliah kewirausahaan”. Dari hasil tersebut responden menjawab “sangat setuju” sebanyak 0%, responden yang menjawab “setuju” sebanyak 6 orang (17.1%), responden menjawab “cukup setuju” sebanyak 7 orang 20%, mayoritas responden yang menjawab “tidak setuju” sebanyak 22 orang

(62.9%) dan responden menjawab “sangat tidak setuju” sebanyak 0%. Berdasarkan fakta dilapangan penulis menemukan bahwa, universitas komputer indonesia telah berperan dalam salah satu faktor pendorong pertumbuhan kewirausahaan pada mahasiswa melalui pendidikan kewirausahaan namun mahasiswa beulm memiliki faktor pendorong teresebut.

Sesuai pernyataan **Packham et al., (2010:568)** bahwa pendidikan kewirausahaan dan pelatihan yang dimiliki oleh seorang wirausaha dapat mempengaruhi perilaku dan sikap masa depan mahasiswa untuk menjadi wirausaha serta mengembangkan kewirausahaan dan bisnis baik khususnya generasi muda melalui universitas dan perguruan tinggi.

#### 4.1.5.2 Tanggapan Responden Mengenai IndikatorPengalaman Kerja

Berikut ini adalah hasil tanggapan Responden Mahasiswa Kelas Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Komputer Indonesia mengenai indikator Pengalaman Kerjaterdapat satukuisisioner yaitu sebagai berikut:

**Tabel 4.17**

**Tanggapan Responden Mengenai Kemampuan manajerial yang telah didapatkan, akan saya terapkan dalam menjalani bisnis**

No item	Tanggapan	Frekuensi	Skor Aktual	Persentase
2.	Sangat Setuju	0	0	0%
	Setuju	3	12	8.6%
	Cukup Setuju	22	66	62.9%
	Tidak Setuju	10	20	28.5%
	Sangat Tidak Setuju	0	0	0%
	Total	35	98	100%

Sumber: Hasil diolah peneliti (2019)

Berdasarkan tabel diatas pernyataan “Mengenai Kemampuan manajerial yang telah didapatkan, akan saya terapkan dalam menjalani bisnis”. Dari hasil tersebut responden menjawab “sangat setuju” sebanyak 0%, responden yang menjawab “setuju” sebanyak 3orang (8.6%) .mayoritas responden yang menjawab “cukup setuju” sebanyak 22 orang (62.9%), responden menjawab “tidak setuju” sebanyak 10orang28.5%, dan responden menjawab “sangat tidak setuju” sebanyak 0%. Berdasarkan fakta dilapangan penulis menemukan dengan demikian, semakin banyak pengalaman yang dihadapi oleh mahasiswa, maka semakin lebih dapat mentolerir peluang-peluang berisiko, semakin tahan terhadap situasi-situasi stres dalam menjalankan usahanya.

Sesuai pernyataan menurut **Baron (2009:310)** ditemukan bahwa wirausaha yang sudah merasakan berbagai pengalaman sejak merintis usaha hingga dapat berjalan stabil memiliki kemampuan memproses informasi, pengambilan keputusan dan kemampuan kognitif lainnya yang lebih baik daripada wirausaha pemula.

#### **4.1.5.3 Tanggapan Responden Mengenai IndikatorKeluarga**

Berikut ini adalah hasil tanggapan Responden Mahasiswa Kelas Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Komputer Indonesia mengenai faktor keluarga yang ada padaMahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Komputer Indonesiaterdapat satukuisisioner yaitu sebagai berikut:

**Tabel 4.18**  
**Tanggapan Responden Mengenai Saya terinspirasi oleh orang tua dalam menjalani profesi wirausaha**

No item	Tanggapan	Frekuensi	Skor Aktual	Persentase
3.	Sangat Setuju	0	0	0%
	Setuju	3	12	8.6%
	Cukup Setuju	13	39	37.1%
	Tidak Setuju	19	38	54.3%
	Sangat Tidak Setuju	0	0	0%
	Total	35	89	100%

Sumber: Hasil diolah peneliti (2019)

Berdasarkan tabel diatas pernyataan “Saya terinspirasi oleh orang tua dalam menjalani profesi wirausaha”. Dari hasil tersebut responden menjawab “sangat setuju” sebanyak 0%, dan minoritas responden yang menjawab “setuju” sebanyak 3orang (8.6%), responden menjawab “cukup setuju” sebanyak 13orang37.1%, mayoritas responden yang menjawab “tidak setuju” sebanyak 19 orang (54.3%) dan responden menjawab “sangat tidak setuju” sebanyak 0%. Berdasarkan fakta dilapangan penulis menemukan dengan demikian,hal ini Semakin orang tua memberikan dorongan dan pengaruh untuk anaknya dalam berwirausaha, maka anak akan cenderung berminat dan menentukan pilihan sebagai wirausaha namun mahasiswa belum mempunyai dorongan dari otang tuanya umtuk menjadi sebagai pengusaha.

Sesuai pernyataan **Buchari Alma (2013: 8)**bahwa ada pengaruh dari orang tua yang bekerja sendiri, dan memiliki usaha sendiri memiliki kecenderungan anaknya akan menjadi pengusaha pula. Semakin orang tua memberikan dorongan dan pengaruh untuk anaknya dalam berwirausaha, maka anak akan cenderung berminat dan menentukan pilihan sebagai wirausaha.

**4.1.5.4 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Kuisisioner Niat Berwirausaha Mahasiswa Kelas Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Komputer Indonesia**

Berdasarkan hasil tanggapan responden mengenai 3 indikator dan 3 pernyataan dari variabel Niat Berwirausaha yang telah diuraikan, maka dapat diperoleh jumlah skor tanggapan responden masing – masing indikator sebagai berikut.

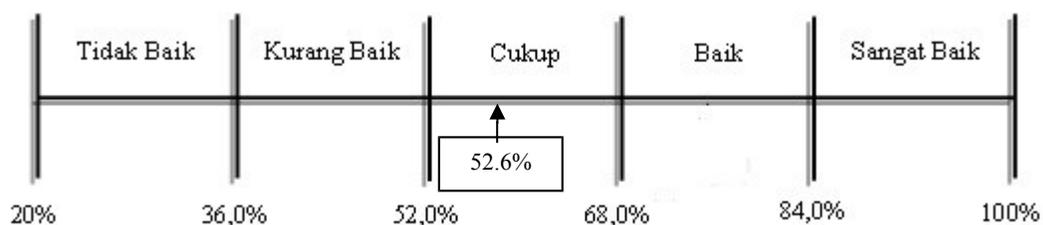
**Tabel 4.19**

**Jumlah Skor Tanggapan Responden Mengenai Variabel Niat Berwirausaha**

No	Indikator	Skor Aktual	Skor Ideal	Skor Total (%)	Kategori
1.	Pendidikan	89	175	50.9	Kurang Baik
2.	Pengalaman Kerja	98	175	56	Cukup Baik
3.	Keluarga	89	175	50.9	Kurang Baik
<b>Jumlah</b>		<b>276</b>	<b>525</b>	<b>Cukup Baik</b>	
<b>Skor Total</b>		<b><math>276/525 \times 100\% = 52.6\%</math></b>			

Sumber: Kuisisioner (data diolah), 2019

Jika digambarkan pada garis kontinum, nilai skor aktual tampak sebagai berikut:



**Gambar 4.4**

**Garis Kontinum mengenai Variabel Niat Berwirausaha**

Berdasarkan tabel diatas menjelaskan rekapitulasi tanggapan-tanggapan responden mengenai Niat Berwirausaha. Dari hasil penelitian diketahui nilai

persentase tertinggi diperoleh sebesar 56%, berkenaan dengan pengalaman kerja, sedangkan nilai persentase terendah diperoleh sebesar 50.9% berkenaan dengan keluarga dan pendidikan. Secara keseluruhan dari tabel tersebut diperoleh nilai persentase sebesar 52.6% dan terkategori cukup baik. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa mahasiswa cukup baik dalam memilih menjadi seorang wirausaha dibandingkan menjadi pencari pekerja.

Sesuai pernyataan **Anik dan Budi (2012:92)** bahwa para sarjana lulusan perguruan tinggi perlu diarahkan dan didukung untuk tidak hanya berorientasi sebagai pencari kerja (*job seeker*) namun dapat dan siap menjadi pencipta pekerjaan (*job creator*).

## **4.2. Analisis Verifikatif**

Sebagaimana telah dijelaskan pada bab sebelumnya bahwa tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh persepsi keinginan dan persepsi kelayakan terhadap niat berwirausaha. Untuk menjawab permasalahan tersebut, digunakan analisis regresi linier berganda yang terdiri dari persamaan regresi linier berganda, analisis korelasi, analisis koefisien determinasi dan pengujian hipotesis dengan terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik.

### **4.2.1. Persamaan Regresi Linier Berganda**

Model persamaan regresi linier berganda yang akan dibentuk adalah sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

Keterangan :

- a : Konstanta
- Y : Niat Berwirausaha
- X<sub>1</sub> : Persepsi Keinginan
- X<sub>2</sub> : Persepsi Kelayakan
- b<sub>1</sub> dan b<sub>2</sub>: Koefisien Regresi

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS, diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.17**  
**Koefisien Regresi Linier Berganda**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,713	,614		1,162	,254
	Persepsi Keinginan	,114	,052	,222	2,204	,035
	Persepsi Kelayakan	,731	,099	,742	7,381	,000

a. Dependent Variable: Niat Berwirausaha

Berdasarkan output di atas, diperoleh nilai (a) konstanta sebesar 0.713 sementara untuk bX<sub>1</sub> sebesar 0.114, dan bX<sub>2</sub> sebesar 0.731, dengan demikian maka dapat dibentuk persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

Nilai a, b<sub>1</sub>, dan b<sub>2</sub> dalam persamaan di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

$Y = 0.713 + 0.114X_1 + 0.731X_2 + \varepsilon$
---

- a. Konstanta sebesar 0.713 menunjukkan bahwa ketika kedua variabel bebas bernilai nol (0) dan tidak ada perubahan, maka persepsi keinginan diprediksi akan bernilai sebesar 0,713 kali.
  - b. Variabel  $X_1$  yaitu persepsi keinginan memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0.114 menunjukkan bahwa ketika persepsi keinginan ditingkatkan, diprediksi akan meningkatkan keinginan sebanyak 0.114 kali.
  - c. Variabel  $X_2$  yaitu persepsi kelayakan memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0.731, menunjukkan bahwa ketika persepsi kelayakan ditingkatkan, diprediksi akan meningkatkan keputusan pembelian sebanyak 0.731 kali.
- Jadi berdasarkan uji regresi tersebut dapat disimpulkan jika Persepsi

Keinginan dan Persepsi kelayakan ditingkatkan maka niat berwirausaha juga akan meningkat. Yang dimaksud disini adalah apabila mahasiswa mempunyai tekad yang kuat dalam hal Persepsi Keinginan dan Persepsi Kelayakan untuk menjadi wirausaha maka akan semakin tumbuh perasaan akan Niat Berwirausaha. Ditingkatkan dalam arti apabila dalam indikator persepsi kelayakan yaitu *personal attitude* dan *social norm* pada mahasiswa program studi manajemen fakultas ekonomi dan bisnis universitas komputer indonesia maka niat berwirausaha semakin tinggi dengan indikator pendidikan, pengalaman kerja, dan keluarga akan meningkat. Begitu pula apabila persepsi kelayakan apabila indikator memiliki kepercayaan diri, kepemimpipinan sumber daya manusia, dan keyakinan akan sukses, persespi kelayakan ditingkatkan maka niat berwirausaha akan meningkat.

Sesuai pernyataan Guzmán-Alfonso & Guzmán-Cuevas (2012:721) melakukan penelitian di Amerika latin untuk membuktikan apakah kedua faktor

tersebut mampu untuk menciptakan minat peningkatan penciptaan usaha. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa faktor Persepsi Keinginan dan Persepsi Kelayakan tersebut menjadi faktor penentu niat berwirausahaan.

#### **4.2.2. Uji Asumsi Klasik**

Untuk memperoleh hasil yang lebih akurat pada analisis regresi berganda maka dilakukan pengujian asumsi klasik agar hasil yang diperoleh merupakan persamaan regresi yang memiliki sifat *Best Linier Unbiased Estimator* (BLUE). Pengujian mengenai ada tidaknya pelanggaran asumsi-asumsi klasik merupakan dasar dalam model regresi linier berganda yang dilakukan sebelum dilakukan pengujian terhadap hipotesis.

#### **4.4.2 Uji Asumsi Klasik**

##### **4.4.2.1 Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel pengganggu atau residual berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal. Model regresi yang baik harus mempunyai distribusi normal atau mendekati normal. Untuk mendeteksi ada tidaknya pelanggaran asumsi normalitas dapat dilihat dengan menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Jika probabilitas  $> 0,05$  maka distribusi dari populasi adalah normal.
- b. Jika probabilitas  $< 0,05$  maka distribusi dari populasi adalah tidak normal.

Berikut hasil uji normalitas dengan menggunakan media program komputer, yaitu SPSS 20*for windows* didapatkan hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.18**  
**Uji Normalitas dengan Uji Kolmogorov-Smirnov**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		35
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0E-7
	Std. Deviation	1,09551750
Most Extreme Differences	Absolute	,106
	Positive	,106
	Negative	-,045
Kolmogorov-Smirnov Z		,626
Asymp. Sig. (2-tailed)		,828

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

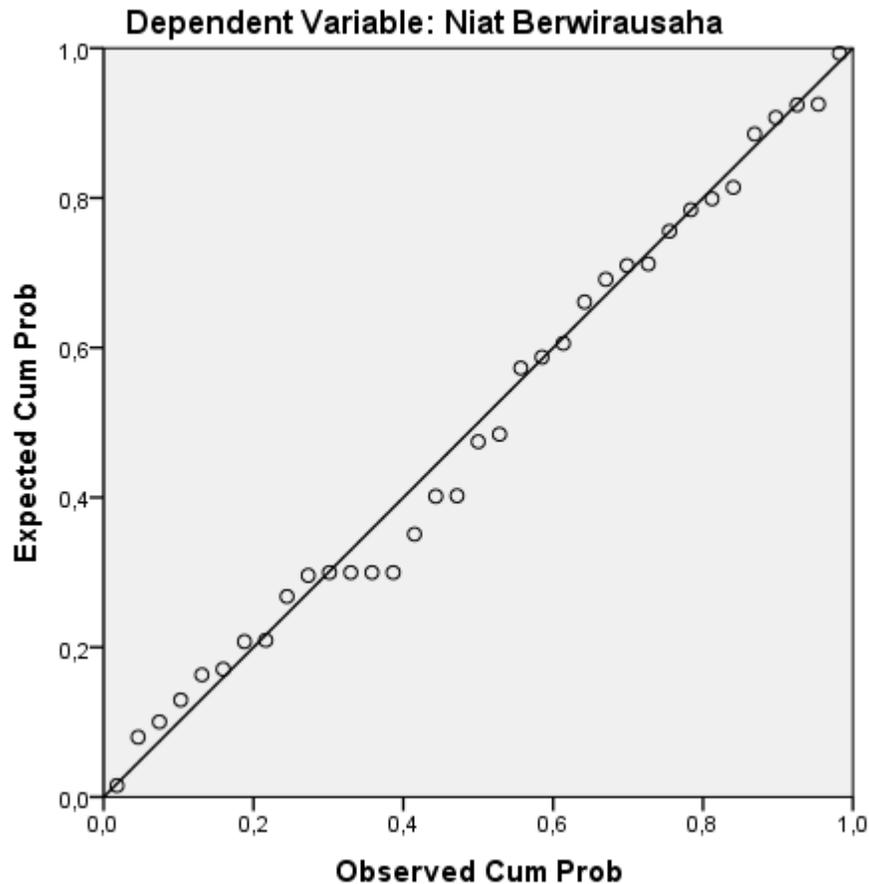
Berdasarkan  
 hasil pengujian  
 normalitas data  
 di atas,  
 diketahui

bahwa nilai signifikansi variabel residual yang diperoleh sebesar  $0,828 > 0,05$  yang menunjukkan bahwa data yang digunakan memiliki sebaran yang normal. Dengan kata lain asumsi normalitas data terpenuhi.

Menurut Singgih Santoso (2002:393) Model regresi yang baik adalah model regresi yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal, sehingga layak dilakukan pengujian secara statistik.

selanjutnya dengan menggunakan grafik *normal probability plot* didapatkan hasil sebagai berikut:

### Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



**Gambar 4.4**

#### ***Grafik Normal Probability Plot***

Berdasarkan grafik *normal probability plot*, dapat diketahui bahwa data berdistribusi normal karena data atau titik-titik tersebar di sekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti garis diagonal.

Menurut **Umar (2011:18)** Model regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal atau mendekati normal. Mendeteksi apakah data terdistribusi normal atau tidak dapat diketahui dengan menggambarkan

penyebaran data melalui sebuah grafik. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya, model regresi memenuhi asumsi normalitas.

2) Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas berarti adanya hubungan yang kuat di antara beberapa atau semua variabel bebas pada model regresi. Jika terdapat Multikolinieritas maka koefisien regresi menjadi tidak tentu, tingkat kesalahannya menjadi sangat besar dan biasanya ditandai dengan nilai koefisien determinasi yang sangat besar, tetapi pada pengujian parsial koefisien regresi, tidak ada ataupun kalau ada sangat sedikit sekali koefisien regresi yang signifikan. Pada penelitian ini digunakan nilai  $\text{sig. correlations} > \alpha$  (tingkat ketelitian = 5%) sebagai indikator ada tidaknya multikolinieritas diantara variabel bebas.

1.  $H_0$  : Tidak terjadi adanya Multikolinear diantara data pengamatan (independent variable).
2.  $H_1$  : Terjadi adanya Multikolinear diantara data pengamatan (independent variable)

Jika nilai  $\text{sig. correlations} > \alpha$  (tingkat ketelitian = 5%) maka  $H_0$  diterima atau tidak terdapat hubungan yang linear diantara variabel independen yang ada pada model, sehingga kekhawatiran akibat multikolinearitas dapat dihindari.

Berdasarkan pengolahan data menggunakan *software SPSS 20 for windows* maka hasil uji multikolinieritas yaitu sebagai berikut :

**Tabel 4.19**

**Uji Multikolinieritas**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Persepsi Keinginan	,865	1,156
	Persepsi Kelayakan	,865	1,156

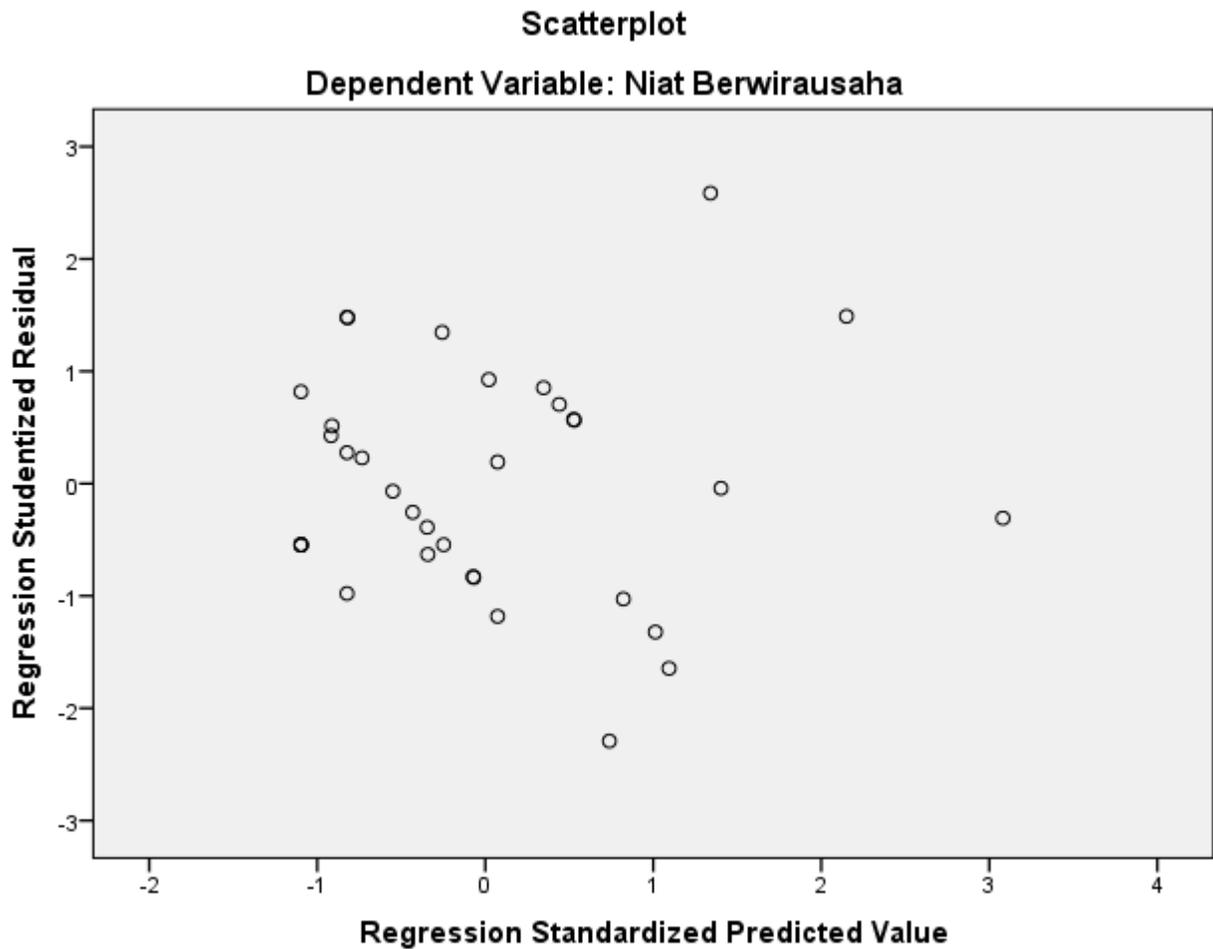
a. Dependent Variable: Niat Berwirausaha

Berdasarkan tabel hasil pengolahan data diatas, dapat dilihat bahwa Persepsi Keinginan dan Persepsi Kelayakan menunjukkan nilai  $\text{tolerance} > 0,10$  dan nilai  $\text{VIF} < 10$ , Hal ini menunjukkan bahwa tidak ditemukan adanya korelasi yang kuat diantara variabel bebas, sehingga asumsi multikolinieritas data terpenuhi.

Menurut Gujarati (2003) dengan demikian berarti semakin besar korelasi diantara sesama variabel independen, maka tingkat kesalahan dari koefisien regresi semakin besar yang mengakibatkan standar errornya semakin besar pula.

#### **4.4.2.3 Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedestisitas Untuk mengetahui ada tidaknya gejala heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan grafik heteroskedastisitas antara nilai prediksi variabel dependen dengan variabel independen. Dari Gambar Scatterplots dibawah ini terlihat titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 dan sumbu Y, hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak untuk digunakan dalam melakukan pengujian. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar berikut:



**Gambar 4.5**

**Scatterplot Hasil Uji Heteroskedastitas**

Menurut Ghozali (2013:139) dasar pengambilan keputusan uji tersebut yaitu sebagai berikut:

1. Jika ada titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur seperti bergelombang, melebar kemudian menyempit, maka mengindikasikan adanya heteroskedastisitas.

2. Jika tidak terdapat pola tertentu yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka nol pada sumbu Y maka mengindikasikan tidak terjadi heteroskedastisitas.

#### 4.2.3. Analisis Korelasi

Pengujian korelasi digunakan untuk mengetahui kuat tidaknya hubungan antara variabel x dan y, dengan menggunakan pendekatan koefisien korelasi *Pearson Product Moment*. Menurut Sarwono (2006:37) “Analisis korelasional digunakan untuk melihat kuat lemahnya antara variable bebas dengan tergantung.”

berikut hasil analisis korelasi dengan menggunakan media program komputer, yaitu SPSS 20for windows didapatkan hasil sebagai berikut:

- 1) Korelasi Secara Parsial antara Persepsi Keinginan dengan Niat Berwirausaha  
Untuk menghitung korelasi secara parsial antara Persepsi Keinginan dengan Niat Berwirausaha digunakan perhitungan menggunakan SPSS 20for windows didapatkan hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.20**  
**Koefisien Korelasi Persepsi Keinginan Dengan Niat Berwirausaha**  
**Correlations**

		Persepsi Keinginan	Niat Berwirausaha
Persepsi Keinginan	Pearson Correlation	1	,494**
	Sig. (2-tailed)		,003
	N	35	35
Niat Berwirausaha	Pearson Correlation	,494**	1
	Sig. (2-tailed)	,003	
	N	35	35

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan hasil output dari pengolahan data menggunakan program SPSS 20for windows diatas didapatkan hasil korelasi sebesar 0.494 berdasarkan kriteria (0.41 – 0.60), korelasi Persepsi Keinginan dengan Niat Berwirausaha memiliki tingkat korelasi sedang. Nilai korelasi tersebut bertanda positif yang menunjukkan bahwa hubungan yang terjadi antara keduanya adalah searah. Hal ini berarti semakin penerapan Persepsi Keinginan mampu diterapkan dalam diri mahasiswa maka akan ada hubungan yang sedang pada Niat Berwirausaha.

Menurut **Dwayne (2010:149)** persepsi keinginan dalam diri seseorang akan mempengaruhi terhadap niat berwirausaha, selain itu persepsi kelayakan dalam diri seseorang merupakan suatu kompetensi pribadi yang mana akan dirasakan ketika akan memulai bisnis sendiri.

- 2) Korelasi Secara Parsial antara Persepsi Kelayakan dengan Niat Berwirausaha. Untuk menghitung korelasi secara parsial antara Persepsi Kelayakan dengan Niat Berwirausaha digunakan perhitungan menggunakan SPSS 20for windows didapatkan hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.21**  
**Koefisien Korelasi Persepsi Kelayakan dengan Niat Berwirausaha**  
**Correlations**

		Persepsi Kelayakan	Niat Berwirausaha
Persepsi Kelayakan	Pearson Correlation	1	,823**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	35	35
Niat Berwirausaha	Pearson Correlation	,823**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	35	35

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan hasil output dari pengolahan data menggunakan program SPSS 20for windows diatas didapatkan hasil korelasi sebesar 0.823 berdasarkan kriteria korelasi (0.81 – 1.00) Persepsi Kelayakan dengan Niat Berwirausaha memiliki tingkat korelasi tinggi. Nilai korelasi tersebut bertanda positif yang menunjukkan bahwa hubungan yang terjadi antara keduanya adalah searah. Hal ini berarti semakin Persepsi Kelayakan seorang mahasiswa mampu menerapkan di dalam dirinya akan memiliki hubungan yang tinggi pada Niat Berwirausaha.

Menurut Dissanayake, (2013:33) bahwa Kontrol perilaku yang dipersepsikan juga telah disebut sebagai kelayakan, khususnya dalam studi yang mengukur niat kewirausahaan.

3) Korelasi Secara Simultan antara Persepsi Keinginan dan Persepsi Kelayakan dengan Niat Berwirausaha

Untuk menghitung korelasi secara simultan antara Persepsi Keinginan dan Persepsi Kelayakan dengan Niat Berwirausaha digunakan perhitungan menggunakan SPSS 20for windows didapatkan hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.22**

**Koefisien Korelasi Simultan Persepsi Keinginan dan Persepsi Kelayakan Dengan Niat Berwirausaha**

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.849 <sup>a</sup>	.720	.703	1,12923

a. Predictors: (Constant), Persepsi Kelayakan, Persepsi Keinginan

Berdasarkan hasil output dari pengolahan data menggunakan program SPSS 20*for windows* diatas didapatkan hasil korelasi sebesar 0.849 berdasarkan kriteria (0.81 – 1.00), korelasi Persepsi Keinginan dan Persepsi Kelayakan dengan Niat Berwirausaha memiliki tingkat korelasi tinggi. Nilai korelasi tersebut bertanda positif yang menunjukkan bahwa hubungan yang terjadi antara keduanya adalah searah. Hal ini berarti semakin Persepsi Keinginan dan Persepsi Kelayakan seorang mahasiswa mampu menerapkan dalam dirinya akan memiliki hubungan yang tinggi pada Niat Berwirausaha.

Guzmán-Alfonso & Guzmán-Cuevas (2012:721) melakukan penelitian di Amerika latin untuk membuktikan apakah kedua faktor tersebut mampu untuk menciptakan minat peningkatan penciptaan usaha. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa kedua faktor tersebut menjadi faktor penentu minat kewirausahaan.

#### **4.2.4. Analisis Koefisien Determinasi**

Koefisien Determinasi digunakan untuk mengetahui peranan semua variabel bebas atas nilai variabel tidak bebas ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi ( $R^2$ ). Semakin besar nilainya maka menunjukkan bahwa persamaan regresi yang dihasilkan baik untuk mengestimasi variabel terikat. Berikut adalah nilai dari koefisien determinasi hasil dari penghitungan dengan menggunakan SPSS 20*for windows* didapatkan hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.23**

**Koefisien Determinasi antara Persepsi Keinginan dan Persepsi Kelayakan**

## Terhadap Niat Berwirausaha

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,849 <sup>a</sup>	,720	,703	1,12923

a. Predictors: (Constant), Persepsi Kelayakan, Persepsi Keinginan

Hasil koefisien determinasi sebesar 0.720 atau 72% hasil tersebut merupakan besarnya kontribusi dari Persepsi Keinginan dan Persepsi Kelayakan terhadap Niat Berwirausaha sedangkan sisanya sebesar 28% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini contohnya adalah orientasi kewirausahaan, kemampuan manajerial dan lain sebagainya.

Selanjutnya untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat secara individu maka dilakukan dengan cara nilai beta X zero order pada output SPSS sebagai berikut:

**Tabel 4.24**

### Koefisien Determinasi Parsial

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Standardized Coefficients	Correlations		
		Beta	Zero-order	Partial	Part
1	Persepsi Keinginan	,222	,494	,363	,206
	Persepsi Kelayakan	,742	,823	,794	,690

a. Dependent Variable: Niat Berwirausaha

Berikut disajikan hasil pengaruh secara parsial antara variabel bebas terhadap variabel terikat dengan rumus beta x zero order:

- |                            |                 |                  |
|----------------------------|-----------------|------------------|
| 1. Persepsi Keinginan (X1) | = 0.222x 0.494  | = 0.110 atau 11% |
| 2. Persepsi Kelayakan (X2) | = 0.742 x 0.823 | = 0.610 atau 61% |

Dari hasil perhitungan di atas, dapat diketahui bahwa variabel yang paling dominan terhadap Niat Berwirausaha adalah Persepsi Kelayakan sebesar 11%, sementara pengaruh selanjutnya adalah Persepsi Keinginan sebesar 61%.

#### 4.2.5. Uji Hipotesis

##### 4.2.5.1. Pengujian Secara Parsial (Uji-T)

Menurut Alfredo R.Y. Tawarik (2014: 979) Uji t digunakan untuk mengetahui signifikansi secara parsial pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen sesuai dengan kerangka pikir penelitian. Pengujian dengan uji t digunakan untuk mengetahui seberapa jauh masing-masing variabel-variabel pengaruh Pengaruh Persepsi Keinginan terhadap Niat Berwirausaha secara parsial, dan Persepsi Kelayakan terhadap Niat Berwirausaha secara parsial.

Taraf Signifikansi : Taraf signifikansi ( $\alpha$ ) : 0,05

Kriteria Pengujian :

- a. jika nilai t hitung  $>$  t tabel maka  $H_0$  ditolak,  $H_1$  diterima.
- b. jika nilai t hitung  $<$  t tabel maka  $H_0$  diterima,  $H_1$  ditolak.

Maka pengujian hipotesis secara parsial adalah sebagai berikut :

- 1) Pengujian Persepsi Keinginan terhadap Niat Berwirausaha
  - $H_{01}$ .  $\beta_1 = 0$ , Tidak terdapat pengaruh Variabel Persepsi Keinginan

terhadap Variabel Niat Berwirausaha Pada mahasiswa Generasi Milenial Program Studi manajemen fakultas ekonomi dan bisnis universitas komputer indonesia.

- H2.  $\beta_1 \neq 0$ , Terdapat pengaruh Variabel Persepsi Keinginan terhadap Variabel Niat Berwirausaha. Pada mahasiswa Generasi Milenial Program Studi manajemen fakultas ekonomi dan bisnis universitas komputer indonesia.
- Selanjutnya untuk menguji apakah pengaruh Pengaruh Persepsi Keinginan terhadap Niat Berwirausaha secara parsial (sendiri-sendiri) maka digunakan uji-t, dengan menggunakan SPSS 20for windows didapatkan hasil uji-t sebagai berikut:

**Tabel 4.25**  
**Tabel Uji T (Parsial)**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,713	,614		1,162	,254
	Persepsi Keinginan	,114	,052	,222	2,204	,035
	Persepsi Kelayakan	,731	,099	,742	7,381	,000

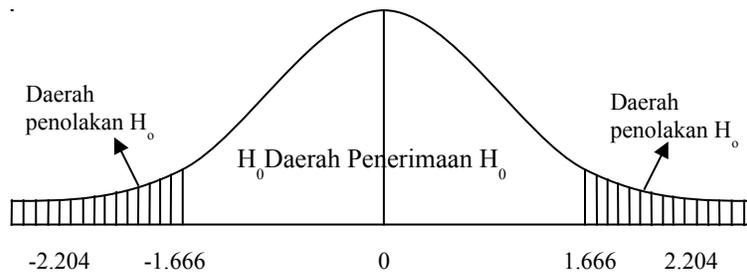
a. Dependent Variable: Niat Berwirausaha

Dari output tabel 4.25 diatas didapatkan nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel Pengaruh Persepsi Keinginan ( $X_1$ ) sebesar 2.204, menggunakan taraf signifikan sebesar 5%, maka dari tabel distribusi T didapat nilai  $t_{tabel}$  untuk  $df = (\alpha ; n-k-1) = 0.05 ; 35 - 2 - 1$

= (0.05 ; 87) yaitu 1.666, dikarenakan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2.204 > 1.666$ ) dan sig ( $0.035 < 0.05$ ) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, sehingga dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang positif antara Persepsi Keinginan terhadap Niat Berwirausaha pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Komputer Indonesia.

Menurut **Dwayne (2010:149)** persepsi keinginan dalam diri seseorang akan mempengaruhi terhadap niat berwirausaha, selain itu persepsi kelayakan dalam diri seseorang merupakan suatu kompetensi pribadi yang mana akan dirasakan ketika akan memulai bisnis sendiri.

Jika disajikan dalam grafik, nilai t-hitung dan t-tabel tersebut dapat dilihat pada tabel berikut ini:



**Gambar 4.6.**  
**Pengujian Hipotesis (Kurva Uji-t) Pada Uji Persepsi Keinginan terhadap Niat Berwirausaha**

Berdasarkan gambar 4.6. diatas dapat dilihat bahwa  $t_{hitung}$  sebesar 2.204 berada pada daerah penolakan  $H_0$  yang menunjukkan bahwa Pengaruh Persepsi Keinginan

memiliki pengaruh yang positif terhadap Niat Berwirausaha pada Mahasiswa Kelas Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Komputer Indonesia.

2) Pengujian Persepsi Kelayakan terhadap Niat Berwirausaha

- H01.  $\beta_1 = 0$ , Tidak terdapat pengaruh Variabel Persepsi Kelayakan terhadap Variabel Niat Berwirausaha.
- H2.  $\beta_1 \neq 0$ , Terdapat pengaruh Variabel Persepsi Kelayakan terhadap Variabel Niat Berwirausaha.

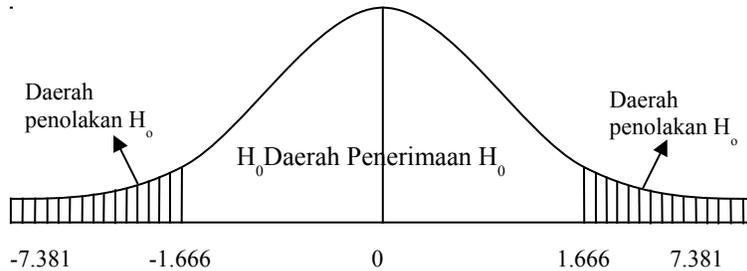
Selanjutnya untuk menguji apakah pengaruh Persepsi Kelayakan terhadap Niat Berwirausaha secara parsial (sendiri-sendiri) maka digunakan uji-t, dengan menggunakan SPSS 20*for window*.

Dari output tabel 4.25 diatas didapatkan nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel Persepsi Kelayakan ( $X_2$ ) sebesar 7.381, menggunakan taraf signifikan sebesar 5%, maka dari tabel distribusi T didapat nilai  $t_{tabel}$  untuk  $df = (\alpha ; n-k-1) = 0.05 ; 35 - 2 - 1 = (0.05 ; 87)$  yaitu 1.666, dikarenakan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $7.381 > 1.666$ ) dan sig ( $0.031 < 0.05$ ) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, sehingga dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang positif antara Persepsi Kelayakan terhadap Niat Berwirausaha pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Komputer Indonesia.

Menurut Anik dan Astuti, (2012:92) menyatakan bahwa sejauh keyakinan individu dapat melakukan tugas-tugas yang terkait dengan penciptaan usaha dari persepsi kelayakan, maka individu cenderung akan memiliki sebuah Intensi

Berwirausaha.

Jika disajikan dalam grafik, nilai t-hitung dan t-tabel tersebut dapat dilihat pada tabel berikut ini:



**Gambar 4.7**

**Pengujian Hipotesis (Kurva Uji-t) Pada Uji Persepsi Kelayakan terhadap Niat Berwirausaha**

Berdasarkan gambar 4.7 diatas dapat dilihat bahwa  $t_{hitung}$  sebesar 7.381 berada pada daerah penolakan  $H_0$  yang menunjukkan bahwa Persepsi Kelayakan memiliki pengaruh yang positif terhadap Niat Berwirausaha di Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Komputer Indonesia.

**4.2.5.2. Pengujian Secara Simultan (Uji-F)**

Melakukan Uji F untuk mengetahui pengaruh seluruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat.

a) Rumus uji F yang digunakan adalah :

Dimana:

$$F \text{ hitung} = \frac{Jk_{regresi}/K}{Jk_{residu} / \{n - (k + 1)\}}$$

$Jk_{residu}$  = Koefisien Korelasi  
 Ganda  
 K = Jumlah  
 variabel bebas

N= Jumlah anggota sampel

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas secara bersama-sama dapat berperan atas variabel terikat. Pengujian ini dilakukan menggunakan distribusi F dengan membandingkan antara nilai F – kritis dengan nilai F-test yang terdapat pada tabel Analisis of Variance (ANOVA) dari hasil perhitungan dengan microsoft. Jika nilai  $F_{hitung} > F_{kritis}$ , maka  $H_0$  yang menyatakan bahwa variasi perubahan nilai variabel bebas tidak dapat menjelaskan perubahan nilai variabel terikat ditolak dan sebaliknya.

Menurut (Sugiyono, 2013:183), menghitung keeratan hubungan atau koefisien korelasi antara variabel X dengan variabel Y yang dilakukan dengan cara menggunakan perhitungan analisis koefisien korelasi Product Moment atau dikenal dengan rumus Pearson.

b) Hipotesis

$H_0: \beta_1\beta_2 = 0$ , tidak terdapat pengaruh Variabel X1 (Persepsi Keinginan) dan Variabel X2 (Persepsi Kelayakan) Terhadap Variabel Y (Niat Berwirausaha).

$H_1 : \beta_1\beta_2 \neq 0$ , terdapat pengaruh Variabel X1 (Persepsi Keinginan) dan Variabel X2 (Persepsi Kelayakan) Terhadap Variabel Y (Niat Berwirausaha).

c) Kriteria pengujian

$H_0$  ditolak apabila  $F_{hitung} > F_{tabel} (\alpha = 0,05)$

Selanjutnya untuk menguji apakah pengaruh Persepsi Keinginan dan Persepsi Kelayakan terhadap Niat Berwirausaha secara simultan (bersamaan) maka digunakan uji-f, dengan menggunakan SPSS 20 for windows didapatkan hasil uji-f sebagai berikut:

**Tabel 4.26**  
**Tabel Uji F (Simultan)**

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	105,137	2	52,568	41,225	,000 <sup>b</sup>
	Residual	40,805	32	1,275		
	Total	145,942	34			

a. Dependent Variable: Niat Berwirausaha

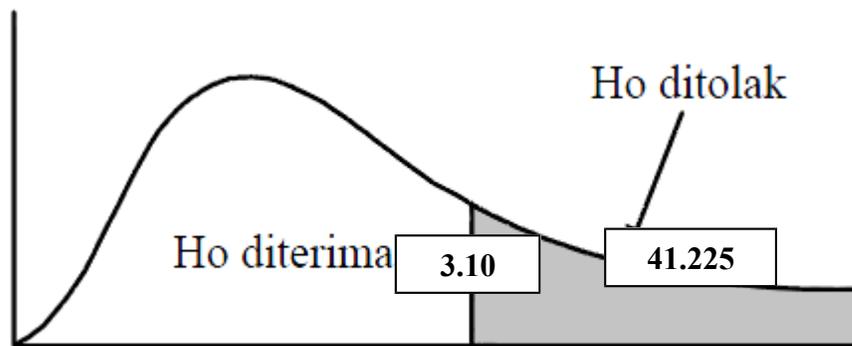
b. Predictors: (Constant), Persepsi Kelayakan, Persepsi Keinginan

Dari output tabel 4.26 diatas didapatkan nilai  $f_{hitung}$  sebesar 41.225, menggunakan taraf signifikan sebesar 5%, maka dari tabel distribusi F didapat nilai  $f_{tabel}$  untuk  $df_1 = k - 1 = 3 - 1 = 2$  dan untuk  $df_2 = n - k = 35 - 3 = 32$  sehingga didapat  $f_{tabel} (2 ; 32)$  sebesar 3.10 dikarenakan  $f_{hitung} > f_{tabel} (41.225 > 3.10)$  dan sig (0.000 < 0.05) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh yang positif antara Persepsi Keinginan dan Persepsi Kelayakan terhadap Niat Berwirausaha pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Komputer Indonesia

Guzmán-Alfonso & Guzmán-Cuevas (2012:721) melakukan penelitian di Amerika latin untuk membuktikan apakah kedua faktor tersebut mampu untuk menciptakan minat peningkatan penciptaan usaha. Hasil penelitiannya menunjukkan

bahwa kedua faktor tersebut menjadi faktor penentu minat kewirausahaan.

Jika disajikan dalam gambar, nilai  $F_{\text{hitung}}$  dan  $F_{\text{tabel}}$  tersebut dapat dilihat sebagai berikut:



**Gambar 4.8**

**Pengujian Hipotesis (Kurva Uji-F) Pada Uji Persepsi Keinginan dan Persepsi Kelayakan terhadap Niat Berwirausaha**

Berdasarkan gambar 4.8 diatas dapat dilihat bahwa  $t_{\text{hitung}}$  sebesar 41.225 berada pada daerah penolakan  $H_0$  yang menunjukkan bahwa Persepsi Keinginan dan Persepsi Kelayakan memiliki pengaruh yang positif terhadap Niat Berwirausaha pada Mahasiswa Kelas Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Komputer Indonesia.

**KESIMPULAN DAN SARAN**

**5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh Persepsi

Keinginan dan Persepsi Kelayakan terhadap Niat Berwirausaha dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari analisis deskriptif pada bab sebelumnya dapat diambil kesimpulan bahwa mayoritas tanggapan responden terhadap variabel Persepsi Keinginan pada Generasi Milenial Mahasiswa Kelas Karyawan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Komputer Indonesia termasuk kategori “Kurang Baik”. Artinya mahasiswa Kelas Karyawan di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Komputer Indonesia belum memiliki Persepsi keinginan yang positif terhadap Niat Berwirausaha. Persentase tertinggi terdapat pada indikator *Personal Attitude* sedangkan persentase terendah terdapat pada indikator *Social Norm*.
2. Dari analisis deskriptif pada bab sebelumnya dapat diambil kesimpulan bahwa mayoritas tanggapan responden terhadap variabel Persepsi Kelayakan pada Generasi Milenial Mahasiswa Kelas Karyawan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Komputer Indonesia termasuk kategori “Kurang Baik”. Artinya mahasiswa Kelas Karyawan di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Komputer Indonesia tidak memiliki Persepsi kelayakan yang positif terhadap Niat Berwirausaha. Persentase tertinggi terdapat pada indikator keyakinan akan sukses sedangkan persentase terendah terdapat pada indikator kepercayaan diri.
3. Dari analisis deskriptif pada bab sebelumnya dapat diambil kesimpulan

bahwa mayoritas tanggapan responden terhadap variabel Niat Berwirausaha pada Generasi Milenial Mahasiswa kelas karyawan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Komputer Indonesia termasuk kategori “Cukup Baik”. Artinya mahasiswa di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Komputer Indonesia positif terhadap Niat Berwirausaha. Persentase tertinggi terdapat pada indikator pengalaman kerja sedangkan persentase terendah terdapat pada indikator pendidikan dan keluarga

4. Hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh Persepsi Keinginan dan Persepsi Kelayakan terhadap Niat Berwirausaha adalah sebagai berikut :

Dari hasil pengujian parsial dapat disimpulkan bahwa variabel Persepsi Keinginan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Berwirausaha.

Dari hasil pengujian parsial dapat disimpulkan bahwa variabel Persepsi Kelayakan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Berwirausaha.

Dari hasil pengujian simultan yang dilakukan penulis membuktikan adanya pengaruh yang signifikan dan hubungan yang cukup erat antara variabel Persepsi Keinginan dan Persepsi Kelayakan terhadap Niat Berwirausaha, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diamati dalam penelitian ini.

## 5.2 Saran

Ada beberapa saran yang perlu dipertimbangkan dalam penelitian tentang Persepsi Keinginan dan Persepsi Kelayakan terhadap Niat Berwirausaha pada Generasi Milenial Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Komputer Indonesia, yaitu sebagai berikut :

1. Untuk persepsi keinginan, Generasi Milenial Mahasiswa Kelas Karyawan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Komputer Indonesia, disarankan untuk memiliki (*background factors*), seperti faktor dukungan keluarga, teman dekat dan dosen untuk menumbuhkan persepsi keinginan yang kuat sebelum masuk ke dunia usaha.
2. Untuk persepsi kelayakan, Generasi Milenial Mahasiswa Kelas Karyawan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Komputer Indonesia, disarankan untuk lebih meningkatkan Skill kepemimpinan untuk menjadi seorang pengusaha yang sudah didapatkan tentunya salah satu modal utama bagi seorang pelaku usaha. Tanpa adanya skill yang memadai/dipunyai dari setiap pengusaha, maka bisa dipastikan bila usaha tersebut tidak akan mampu bertahan lama menghadapi gempuran persaingan pasar dari para kompetitornya.
3. Untuk niat berwirausaha, Generasi Milenial Mahasiswa Kelas Karyawan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Komputer

Indonesia, disarankan memiliki latar belakang pengalaman kerja yang telah didapatkan pada seorang pengusaha, dengan melihat bagaimana pengalaman kerja sebelumnya dapat berperan sebagai nilai tambah untuk menjadi seorang pengusaha.

4. Untuk peneliti selanjutnya, supaya lebih baik dalam meneliti persepsi keinginan dan persepsi kelayakan terhadap niat berwirausaha, sehingga penelitian variabel-variabel ini lebih sempurna.

## HASIL OUTPUT SPSS

### UJI VALIDITAS

<b>Correlations</b>		<b>Correlations</b>
		<b>Niat Berwirausaha</b>
VAR00010	Pearson Correlation	,814
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	35
VAR00011	Pearson Correlation	,828
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	35
VAR00012	Pearson Correlation	,767
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	35
Niat Berwirausaha	Pearson Correlation	1
	N	35
VAR00005	Pearson Correlation	,804
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	35
VAR00006	Pearson Correlation	,866
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	35
Persepsi Keinginan	Pearson Correlation	1
	N	35

### UJI

**RELIABILITAS**  
**Persepsi Keinginan**

**Persepsi Kelayakan**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Part 1	Value	,779
		N of Items	3 <sup>a</sup>
<b>Reliability Statistics</b>			
Cronbach's Alpha	Part 1	Value	,424
		N of Items	2 <sup>a</sup>
	Part 2	Value	1,000
		N of Items	1 <sup>b</sup>
	Total N of Items		3
Correlation Between Forms			,815
Spearman-Brown Coefficient	Equal Length		,898
	Unequal Length		,907
Guttman Split-Half Coefficient			,847

a. The items are: VAR00007, VAR00009.

b. The items are: VAR00009, VAR00008.

**Niat Berwirausaha**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Part 1	Value	,717
		N of Items	2 <sup>a</sup>
	Part 2	Value	1,000
		N of Items	1 <sup>b</sup>
	Total N of Items		3
Correlation Between Forms			,477
Spearman-Brown Coefficient	Equal Length		,646
	Unequal Length		,666
Guttman Split-Half Coefficient			,684

**HASIL UJI**  
**ANALISIS**  
**REGRESI**

a. The items are: VAR00011, VAR00010.

b. The items are: VAR00010, VAR00012.

**BERGANDA**

**Coeficients<sup>™</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,713	,614		1,162	,254
	Persepsi Keinginan	,114	,052	,222	2,204	,035
	Persepsi Kelayakan	,731	,099	,742	7,381	,000

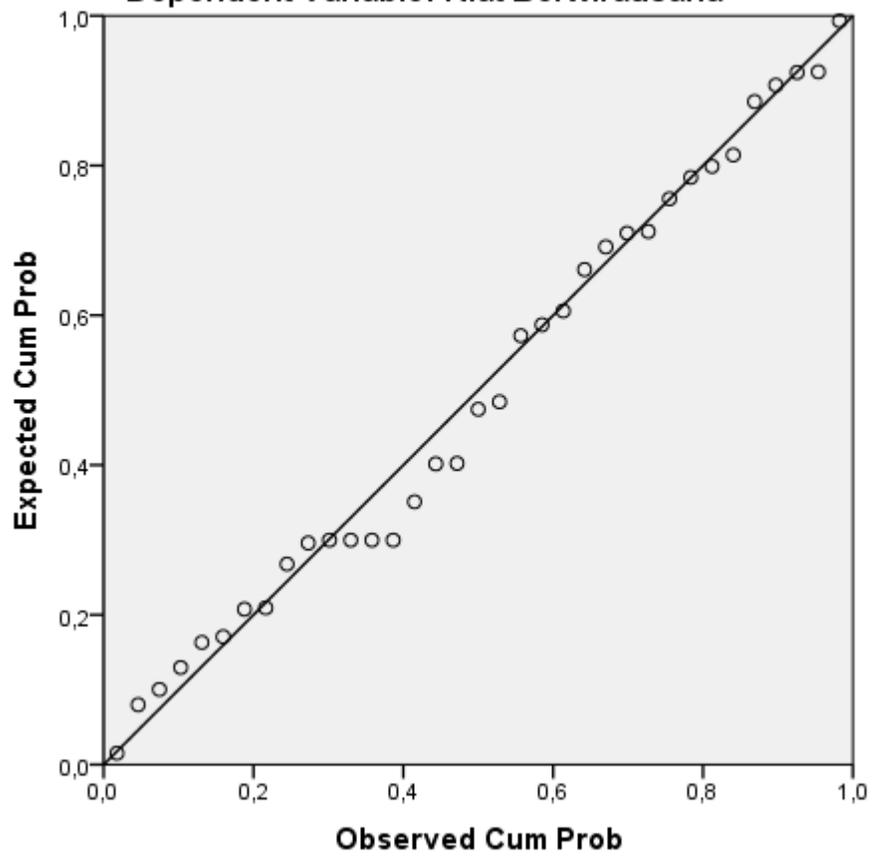
a. Dependent Variable: Niat Berwirausaha

**HASIL UJI ASUMSI KLASIK**

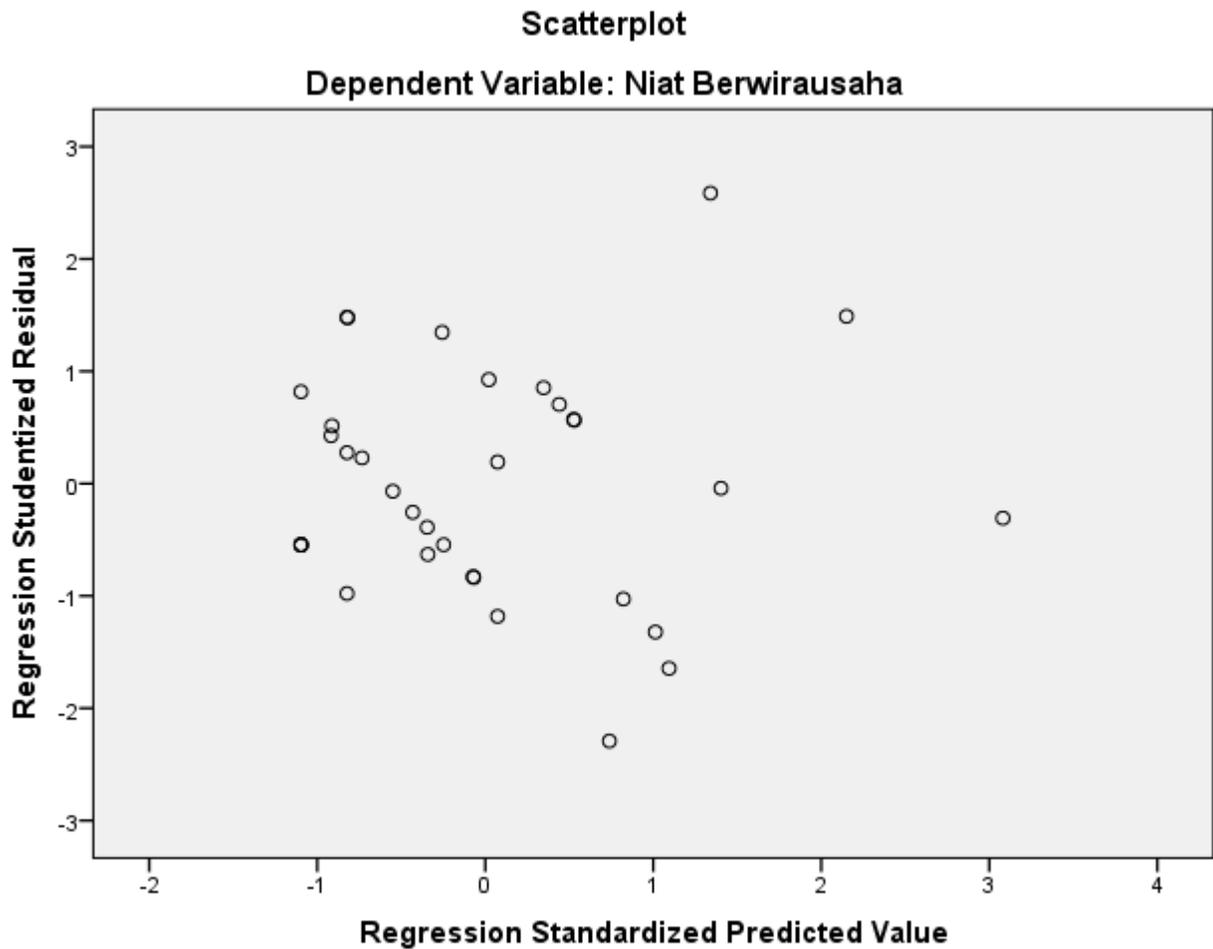
**Uji Normalitas**

**Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual**

**Dependent Variable: Niat Berwirausaha**



**Uji Heterokedastisitas**



**Uji Multikolinieritas**

**Coefficients<sup>a</sup>**

**ANALISIS**  
**KORELASI**  
**Korelasi**  
**Persepsi**  
**Keinginan**  
**Dengan Niat Berwirausaha**

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Persepsi Keinginan	,865	1,156
	Persepsi Kelayakan	,865	1,156

a. Dependent Variable: Niat Berwirausaha

**Correlations**

		Persepsi Keinginan	Niat Berwirausaha
Persepsi Keinginan	Pearson Correlation	1	,494**
	Sig. (2-tailed)		,003
	N	35	35
Niat Berwirausaha	Pearson Correlation	,494**	1
	Sig. (2-tailed)	,003	
	N	35	35

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**Korelasi Persepsi Kelayakan Dengan Niat Berwirausaha**

**Correlations**

		Persepsi Kelayakan	Niat Berwirausaha
Persepsi Kelayakan	Pearson Correlation	1	,823**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	35	35
Niat Berwirausaha	Pearson Correlation	,823**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	35	35

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**Korelasi Persepsi Keinginan dan Persepsi Kelayakan dengan Niat Berwirausaha**

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,849 <sup>a</sup>	,720	,703	1,12923

a. Predictors: (Constant), Persepsi Kelayakan, Persepsi Keinginan

**ANALISIS KOEFISIEN DETERMINASI**

**Koefisien**

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,849 <sup>a</sup>	,720	,703	1,12923

a. Predictors: (Constant), Persepsi Kelayakan, Persepsi Keinginan

## Determinasi Simultan Persepsi Keinginan dan Persepsi Kelayakan dengan Niat Berwirausaha

### Koefisien Determinasi Parsial Persepsi Keinginan dan Persepsi Kelayakan dengan Niat Berwirausaha

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Standardized Coefficients	Correlations		
		Beta	Zero-order	Partial	Part
1	Persepsi Keinginan	,222	,494	,363	,206
	Persepsi Kelayakan	,742	,823	,794	,690

UJI

a. Dependent Variable: Niat Berwirausaha

### HIPOTESIS

#### Uji Hipotesis Secara Parsial

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,713	,614		1,162	,254
	Persepsi Keinginan	,114	,052	,222	2,204	,035
	Persepsi Kelayakan	,731	,099	,742	7,381	,000

a. Dependent Variable: Niat Berwirausaha

#### Uji Hipotesis Secara Simultan

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	105,137	2	52,568	41,225	,000 <sup>b</sup>
	Residual	40,805	32	1,275		
	Total	145,942	34			

a. Dependent Variable: Niat Berwirausaha

b. Predictors: (Constant), Persepsi Kelayakan, Persepsi Keinginan

## DAFTAR PUSTAKA

- Alwisol . 2009. *Psikologi Kepribadian*. Malang: UMM Press.
- Analysis of Perception toward Entrepreneurship*. Journal of Economics, Business and Management, Vol. 4, No. 2, February 2016.
- Anik, Budi Astuti. 2012. *faktor-faktor yang mempengaruhi niat mahasiswa untuk berwirausaha : aplikasi theory of planned behavior*. *Kajian Bisnis dan Manajemen* vol. 13. No1, juni 2012 hal 92-100. Sinergi
- Arrighetti, A., Fabio, L., & Lasagni, A. 2014. *Intangible assets and firm heterogeneity: Evidence from Italy*. *Research Policy*, 43, 202-213.
- Azwar B. 2013. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Kewirausahaan (Entrepreneurial Intention) (Studi Terhadap Mahasiswa Universitas Islam Negeri SUSKA Riau)*. *Menara*, Vol. 12 No. 1 Januari – Juni 2013.
- Azwar S. 2007. *Metode Penelitian*. Yogyakarta : Pustaka Belajar.
- Baron, R. A. (2009). Effectual versus predictive logics in entrepreneurial decision making: Differences between experts and novices does experience in starting new ventures change the way entrepreneurs think? Perhaps, but for now, “caution” is essential. *Journal of Business Venturing*, 24, 310–315.
- Bessant, J., & Tidd, J. 2011. *Innovation And Entrepreneurship*. 2nd Ed. John Wiley & Sons Ltd, West Sussex.
- Bps.go.id 2019 *Tingkat Pengangguran Menurut Kelompok Umur*.
- Buchari, Alma. 2010. *Kewirausahaan*. Alfa Beta. Bandung.
- Chen, S.-C., Jing, L.-L., & Sung, M.-H. 2012. *University students personality traits and entrepreneurial intention: Using entrepreneurship and entrepreneurial attitude as mediating variable*. *International Journal of Economic Research*, 3(3), 76 – 82.
- Dedy Purwana *Studi Kelayakan Bisnis*. 2016:278. Pt. Rajagrafindo
- Devonish, Dwayne. et al. 2010. *Explaining entrepreneurial intentions in the Caribbean*. *Intrn. Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research* Vol. 16 No. 2 : 149-171.
- Dissayanake, D.M.N.S.W. (2013). “*The Impact Perceived Desirability and Perceived Feasibility among Undergraduated Students in Sri Lanka : An Extended Model*.” *The Kelaniya Journal of Management*, 2(1), pp.33-57
- Dush, M. and Kulveen Kaur (2012). *Youth Entrepreneurship as a Way of Boosting Indian Economic Competitiveness: A Study of Orissa*. India: *International Review of Management and Marketing*, Vol 2 No 1
- Dwayne, 2010. *Explaining entrepreneurial intentions in the Caribbean*. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research* Vol. 16 No. 2, 2010 pp. 149-171 q Emerald Group Publishing Limited 1355-2554 DOI 10.1108/13552551011027020
- Eddy Soeryanto Soegoto. *Entrepreneurship Menjadi Pebisnis Ulung*. Jakarta. PT. Elex

- Media Komputindo.
- Erwan Agus Purwanto dan Dyah Ratih Sulistyastuti. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Administrasi Publik dan Masalah-Masalah Sosial*. Yogyakarta: Gava Media.
- Fitriani, Evi. (2015). Skripsi, Bandung: Tidak Diterbitkan.
- Farida, Ida dan Mahmud, 2015, “*Pengaruh Theory of Planned Behavior terhadap Intensi Berwirausaha*”, Jurnal Ilmiah STIE MDP, Vol. 5, No, 1, September, hlm 37-46. Economic Education Analysis Journal Vol.5, No, 1, Januari, hlm. 273-289.
- Fajar Laksana. 2008. *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Feist, Jess dan Gregory J. Feist. 2010:212. *Teori Kepribadian*. Jakarta: Selemba Humanika.
- Gian Vevina Astari. 2016. *Pengaruh Sikap Mental Dan Persepsi Tentang Wirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa (Survey Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Angkatan 2013/2014)*. Universitas Komputer Indonesia. Bandung.
- Gonzales, R. G. 2011. *Learning to be illegal undocumented youth and shifting legal contexts in the transition to adulthood*. American Sociological Review, 76(4), 602-619
- Gujarati. 2005. *SPSS Versi 16 Mengolah Data Statistik Secara Profesional*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Guzmán-Alfonso, C., Guzmán-Cuevas, J. (2012). Entrepreneurial intention models as applied to Latin America. *Journal of Organizational Change Management*, 25, 721–735
- Hattab, H.W. (2014). *Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Intentions of University Students in Egypt*. The Journal of Entrepreneurship 23(1) 1–18.
- Hendrawan, Sirine 2017. *Pengaruh sikap mandiri, motivasi, pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha (studi kasus pada mahasiswa wafabuksw konsentras kewirausahaan)*. AJIE Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship (e-ISSN: 2477-0574 ; p-ISSN: 2477-3824) Vol. 02, No. 03, September 2017
- Henley, W. 2017, Mei 15. *Generasi Milenial*. Jurnaswarga
- Husein Umar. 2004. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis, Cetak ke 6*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Husein Umar. 2008. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Thesis Bisnis*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Husein Umar. 2011. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi 11*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Indarti, Nurul. et al. 2010. *Underlying Factors of Entrepreneurial Intentions among Asian Students*. The South East Asian Journal Of Management Vol.IV No.2.
- Ingabo, O. R. 2017. *Effect Of University Support, Societal Values And Propensity To*

- Act On Entrepreneurial Intentions Among Students From Two Kenyan Universities*. *Researchers World - Journal Of Arts, Science & Commerce*, 1, 108-116.
- Isabella, T, 2010. *Theory Planned Of Behaviour Sebagai Variabel Anteseden Faktor-faktor yang Mempengaruhi Intensi Berwirausaha*. Penelitian skripsi dan tesis. Sirakarta: Universitas Sebelas Maret.
- Khayyirah, Balqis. 2013. *Cara Pintar Berbicara Cerdas di Depan Publik*. Banguntapan Yogyakarta: Diva Press.
- Krueger, N. 2010. *Entrepreneurial intentions are dead: long live entrepreneurial intention*. in Carsrud, A.L. and Branback, M. (Eds), *Understanding the Entrepreneurial Mind*, Springer Science and Business Media, Heidelberg : 51-72
- Linan, Francisco and Yi-Wen Chen. 2009. *Development and Cross Cultural Application of a Specific Instrument To Measure Entrepreneurial Intentions*.
- Linan, F., Santos, F.J. & Fernandez, J. 2011. —*The influence of perceptions on potential entrepreneurs*||, *International Entrepreneurship and Management Journal*, 7(3), 373-390.
- Linan, F and Rodriguez, J. C. (2011). “*Factor Affecting Entrepreneurial Intention Levels: a Role for Education 2011*”. *International Entrepreneur Management Journal* (2011) 7:195–218.
- Lindawati, 2014. *Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Persepsi Siswatentang Wirausahaterhadap Minatberwirausaha*. Skripsi. Universitas Pendidikan Indonesia. Bandung
- Marie Naomy, Tando. (2013). *Organisasi dan Manajemen Pelayanan Kesehatan*. Jakarta: In Media
- M Iswahyudidan Ahmad Iqbal, 2018:95) “*Minat Generasi Milenial Untuk Berwirausaha*” *Assets Jurnal Akuntansi Pendidikan*.
- Moghavvemi, S.W. Phoong and S.T. Lee. 2017. *Impact of Perceived Desirability, Perceived Feasibility and Performance Expectancy on Use of IT Innovation: Technology Adoption Decisions and Use Behaviour*. Malaysia :VJM.
- Nurul Indarti & Rokhima Rostiani. (2008). “*Intensi Kewirausahaan Mahasiswa: Studi Perbandingan Antara Indonesia, Jepang dan Norwegia*.” *Jurnal Ekonomik dan Bisnis Indonesia*. (Vol. 23, No. 4). Diunduh dari <http://directory.umm.ac.id/Wirausaha/indarti-rostiani-jebi-2008.pdf>, tanggal 10 Februari 2014.
- Otuya, R., Kibas, P., Gichira, R., & Martin, W. 2013. *Entrepreneurship education: Influencing students’ entrepreneurial intentions*. *International Journal of Innovative Research & Studies*, 2(4), 132-148.
- Packham et al., 2010 *Attitudes towards entrepreneurship education: a comparative analysis* *Education þ Training* Vol. 52 No. 8/9, 2010 pp. 568-586 q Emerald Group Publishing Limited 0040-0912 DOI 10.1108/00400911011088926
- Pinaryo. 2014. *Persepsi Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo Terhadap*

- Program Kewirausahaan Mahasiswa*. Jurnal Aristo Vol.2 No.1 Agustus 2014
- Purwadi, A. And Tantra, D. K. *The Role of Indonesian University in Community Development*. 11th UNESCO-APEID Conference. *Reinventing Higher Education: Toward Participatory and Sustainable Development*. Bangkok, Thailand, 12-14 December 2007. Available from: <http://209.85.229.132/search>. (Accessed 12 December 2009).
- Pujayanti, Adirini. 2017. *Gastrodiplomasi-UpayaMemperkuatDiplomasi Indonesia*. PenelitiMadyaMasalah-MasalahHubunganInternasioanl, PusatPenelitianBadanKeahlian DPR
- Sarwoko. 2011. *KajianEmpiris Entrepreneur Intention Mahasiswa*. ManajemenKeuangan, BPFE, Yogyakarta.
- SusetyoDarmanto. 2013.*Pengaruh Perceived Desirability, Perceived Feasibility, Propensity to Act TerhadapMinatBerwirausaha*.JurnalIlmiahDinamikaEkonomidanBisnis, Vol 1, No 2, Oktober 2013.
- Suprapti. 2015 *Aplikasi Theory Of Planned Behavior DalamMembangkitkanNiatBerwirausahaBagiMahasiswaFakultasEkonomiUnp az, Dili Timor Leste*. E-JurnalEkonomidanBisnisUniversitasUdayana 4.12 (2015) : 895-920.
- SinggihSantoso. 2002. *SPSS Versi 11.5 CetakanKedua*. Jakarta: Gramedia.
- Sugiyono. 2009. *MetodePenelitianKuantitatif, Kualitatifdan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2011. *MetodePenelitianKuantitatif, Kualitatifdan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. *MetodePenelitianKuantitatif, Kualitatifdan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *MetodePenelitianKuantitatif, Kualitatifdan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *MetodePenelitianKuantitatif, Kualitatifdan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- SuharsimiArikunto. 2009. *ManajemenPenelitian*. Jakarta : PT. RinekaCipta.
- SyahriAlhusin. 2003. *AplikasiStatistikdengan SPSS.10 for Windows*. Yogyakarta :PT.RinekaCipta.
- TrustoriniHandayanidan Yusuf Tanjung, (2017), *PengaruhSikapKewirausahaan dan Proses TerhadapKeberhasilan Usaha PadaRumah Batik Komar di Kota Bandung*, Vol. 7, No. 1, 2017
- Turker, Duygu.,SenemSonmezSelcuk. 2009. *Which factors affect entrepreneurialintention of university students?*.*Journal ofEuropean Industrial Training* Vol. 33 No. 2 : 142-159.
- UmiNarimawati, Linnalsmawati& Sri DewiAnggadini. 2010. *PenulisanKaryaIlmiah: PanduanAwalMenyusunSkripsidanTugasAkhirFakultasEkonomi UNIKOM*. Bekasi: Genesis.
- UmiNarimawati. 2007. *RisetManajemenSumberDayamasyarakat*. Jakarta: Agung Media.

- UmiNarimawati. 2008. *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif : Teori dan Aplikasinya*. Bandung: Fakultas Ekonomi UNIKOM.
- Veciana, J.M.; Aponte, M.; Urbano, D. 2005. "University Student's Attitude Towards Entrepreneurship : A Two Countries Comparison". *International Entrepreneurship and Management Journal*, 1, 165-182.
- Wibowo, 2011. *Manajemen Kinerja*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada
- Widawati, A.S. (2012), "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Mahasiswa Untuk Berwirausaha: Aplikasi Teori Planned Behaviour". *Sinergi* Vol. 13 No.1, Juni 2012:92-100.
- Yusuf 2011. *Analisis Pengaruh Pengalaman Wirausaha, Persepsi Kelayakan dan Persepsi Keinginan Terhadap Niat Wirausaha*. Surakarta: Digilib.uns.ac.id.

**Sumber Website :**

- <https://www.bps.go.id/dynamic/table/2018/05/18/1327/tingkat-setengah-pengangguran-menurut-kelompok-umur-2015---2017.html>
- <https://m.tempo.co/>. 2016, Mei 23. Dipetik Juli 3, 2017, dari <https://m.tempo.co/read/news/2016/05/23/092773404/menganalkan-meajokowi-ri-perlu-5-8-juta-pengusahamuda-baru>
- <https://www.kompasiana.com/ramond/55288e2a6ea8349b178b45b2/pengusahamuda>
- <http://www.republika.co.id>. Dipetik Juli 3, 2017, dari <http://www.republika.co.id/berita/jurnalismewar-ga/wacana/17/05/15/opziw5396generasi-millennial-umkm-danmedia-pemasaran-digital>
- <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-4149869/menaker-tantang-generasi-muda-jadi-wirausahawan-sosial>
- <https://finance.detik.com/solusi/umkm/d-3392812/9-hal-yang-harus-dimiliki-seorang-pengusaha>
- [https://www.kompasiana.com/zena\\_oktavia/552aaf7ff17e611530d623ff/motivasi-untuk-menjadi-seorang-wirausahawan](https://www.kompasiana.com/zena_oktavia/552aaf7ff17e611530d623ff/motivasi-untuk-menjadi-seorang-wirausahawan)
- <http://www.rajagrafindo.co.id/produk/studi-kelayakan-bisnis/>