

Mengukur minat berwirausaha dengan menggunakan pendekatan *theory of planned behavior* dan religiusitas

Siti Maullah¹, Mohammad Rofiuddin^{1*}

¹ Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Salatiga, Indonesia

^{*} Korespondensi (mohammad.rofiuddin@iainsalatiga.ac.id)

Abstract

The purpose of this study was to examine the effect of behavioral attitudes, subjective norms, perceived behavioral control, and religiosity on interest in entrepreneurship. This type of research is quantitative research. The population used is students of the Faculty of Economics and Islamic Business, Salatiga State Institute of Islamic Religion, with the criteria for students who have taken entrepreneurship courses. The number of samples taken was 271 students with a proportional stratified random sampling technique—data collection method through distributing questionnaires and then analyzed by multiple linear regression. The study results show that, partially, attitude-behavior does not affect an interest in entrepreneurship. At the same time, subjective norms perceived behavioral control and religiosity affect an interest in entrepreneurship. This research can use as a reference for students or further researchers related to entrepreneurial interest seen from the theory of planned behavior and religiosity.

Keywords: Attitude behavior, Subjective norms, Religiosity, Interest in entrepreneurship., Theory of planned behavior plus

Abstrak

Pada penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh sikap berperilaku, norma subjektif, persepsi kontrol perilaku, dan religiusitas terhadap minat berwirausaha. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Populasi yang digunakan yaitu mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Salatiga dengan kriteria mahasiswa yang sudah mengambil mata kuliah kewirausahaan. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 271 mahasiswa dengan teknik pengambilan sampel *Proporsionate Stratified Random Sampling*. Metode pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner yang kemudian dianalisis dengan Regresi Linier Berganda. Hasil penelitian menunjukkan secara parsial sikap berperilaku tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha, sedangkan norma subjektif, persepsi kontrol perilaku, dan religiusitas berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan untuk mahasiswa atau peneliti selanjutnya terkait dengan minat berwirausaha yang dilihat dari sudut pandang *theory of planned behavior* dan religiusitas.

Kata kunci: Sikap berperilaku, Norma subjektif, Religiusitas, Minat berwirausaha, *theory of planned behavior plus*

How to cite: Maullah, S., & Rofiuddin, M. (2021). Mengukur minat berwirausaha dengan menggunakan pendekatan *theory of planned behavior* dan religiusitas. *Journal of Management and Digital Business*, 1(2), 105-121.
<https://doi.org/10.53088/jmdb.v1i2.49>

1. Pendahuluan

Salah satu hal yang memiliki peran penting dalam membantu pertumbuhan perekonomian negara yaitu wirausahawan. Adanya wirausahawan dapat menciptakan lapangan pekerjaan, yang mana hal tersebut dapat mengurangi angka pengangguran,

menggabungkan beberapa faktor produksi meliputi sumber daya alam; tenaga kerja; modal; keahlian, serta menumbuhkan produktivitas nasional (Kurniawan, 2020). Berdasarkan Tabel 1 menunjukkan bahwa wirausaha di Indonesia masih rendah dibandingkan dengan negara Asean, yaitu di peringkat enam dan di tingkat dunia Indonesia berada di peringkat 75. Selain itu, Menteri Koperasi dan UKM mengungkapkan bahwa presentase jumlah wirausahawan di Indonesia masih kurang dari empat persen, padahal salah-satu ciri-ciri negara maju ditunjukkan dengan jumlah presentase wirausahawan harus semakin besar. Namun empat persen masih terbilang kecil untuk populasi Indonesia yang besar (Abdila, 2020).

Tabel 1 Peringkat Indeks Kewirausahaan Global dari Negara Asia Tahun 2019

No	Negara	Skor	Peringkat Dunia
1	Singapura	52,4	27
2	Malaysia	40,1	43
3	Brunei Darussalam	36,5	48
4	Thailand	33,5	54
5	Vietnam	26,0	73
6	Indonesia	26,0	75
7	Filipina	23,0	86
8	Laos	19,1	102
9	Myanmar	18,1	107
10	Kamboja	17,7	108

Sumber: *The Global Entrepreneurship Index Rank of All Countries* (Acs et al., 2019)

Adanya wirausaha dapat menjadi salah satu metode yang efektif guna menangani persoalan antara jumlah angkatan kerja dengan jumlah lapangan pekerjaan yang tersedia (Ratno, 2020). Sehingga peran wirausaha sangat dibutuhkan pada saat ini untuk memajukan perekonomian serta perbaikan keadaan ekonomi di Indonesia. Untuk itu, berwirausaha penting bagi generasi muda sebagai penerus bangsa yang memiliki relasi cukup luas dan memiliki latar belakang pendidikan yang baik, untuk memperoleh keuntungan dapat mengekspresikan diri melalui wirausaha, serta membuka lapangan pekerjaan yang bermanfaat bagi masyarakat.

Melakukan kegiatan berwirausaha tentunya harus diiringi dengan rasa minat. Kesungguhan untuk melakukan suatu tindakan atau perilaku disebut dengan minat (Adi et al., 2017). Karena dengan adanya minat, hal tersebut menjadi langkah awal dalam berwirausaha. Alasan masih sedikitnya jumlah wirausaha karena rasa minat berwirausaha juga masih rendah. Penghasilan tidak tetap atau tidak stabil, menjadi suatu hal yang dipandang buruk oleh masyarakat ketika seseorang akan berprofesi sebagai wirausaha (Siswoyo, 2009). Pandangan mengenai hal tersebut sebagian besar dianut oleh masyarakat, dan mereka tidak menginginkan anak-anaknya menekuni di bidang tersebut, sehingga lebih menekankan anak-anak mereka untuk memilih sebagai pegawai negeri apabila sudah memperoleh gelar lulus perguruan tinggi.

Ketika memulai untuk berwirausaha tentu bukanlah hal yang mudah. Diperlukan faktor-faktor pendukung untuk mendorong minat seseorang dalam hal berwirausaha,

khususnya pada generasi muda. Pada *Theory of Planned Behavior* menjelaskan perilaku seseorang dapat terbentuk dengan dasar keyakinan beserta penilaian untuk meningkatkan sikap berperilaku (*attitude toward behavior*), norma subjektif (*subjective norm*), dan persepsi kontrol perilaku (*perceived behavior control*).

Sikap berperilaku berupa penilaian yang terdiri dari respon positif atau negatif terhadap sesuatu, sikap menjadi langkah awal untuk melakukan suatu perilaku, sehingga sikap berperan penting dalam menentukan minat seseorang. Minat untuk melakukan sesuatu akan muncul apabila dipengaruhi oleh sikap awal, termasuk dalam mengevaluasi untuk berminat berwirausaha (Putra & Juniariyani, 2018). Penelitian dari Putra dan Juniariyani (2018) menunjukkan minat berwirausaha dapat dipengaruhi oleh sikap berperilaku. Namun dalam penelitian Dewanti dan Abad (2014) minat berwirausaha tidak dipengaruhi oleh sikap berperilaku.

Norma subjektif juga menjadi salah satu faktor yang dibutuhkan dalam menentukan minat seseorang. Norma subjektif didefinisikan sebagai persepsi seseorang tentang apakah pendapat orang lain dapat mendorong atau tidaknya dalam mewujudkan suatu tindakan atau perilaku (Vemmy, 2012). Seperti contohnya, apabila seseorang mendapatkan dukungan kuat dari keluarga atau orang-orang terdekat untuk berwirausaha, maka hal tersebut akan mendorong minat seseorang untuk berwirausaha. Penelitian dari Darmawan dan Warmika (2016) memaparkan bahwa minat berwirausaha juga dipengaruhi oleh norma subjektif, namun dalam penelitian Adi et al. (2017) norma subjektif tidak mempengaruhi seseorang untuk berminat dalam berwirausaha.

Persepsi kontrol perilaku juga penting dalam menentukan minat seseorang, karena dalam persepsi kontrol perilaku menunjukkan mengenai kemampuan pada diri sendiri dalam melakukan suatu tindakan yang berkaitan dengan resiko yang akan dihadapi (Juniariyani & Prihandani, 2019). Dalam berwirausaha, ketika seseorang memiliki persepsi kontrol perilaku yang kuat, maka keyakinan orang tersebut untuk berwirausaha akan semakin tinggi serta tidak ada keraguan atas resiko yang akan dihadapi. Hal tersebut seperti penelitian Felya dan Budiono (2020) yang menerangkan minat berwirausaha dipengaruhi oleh persepsi kontrol perilaku, namun hasil penelitian Miranda et al. (2017) persepsi kontrol perilaku tidak dapat mempengaruhi minat berwirausaha.

Religiusitas berhubungan dengan perilaku seseorang. Religiusitas dapat diartikan keyakinan dalam nilai-nilai agama oleh seseorang serta berkomitmen untuk mengikuti ajaran yang diyakininya yang telah ditetapkan oleh Allah (McDaniel & Burnett, 1990). Religiusitas dapat memberikan pengaruh pada seseorang untuk kegiatan kewirausahaan. Karena dalam Islam, kewirausahaan merupakan sikap, semangat, serta keahlian seseorang dalam hal bisnis atau usaha yang mana hal tersebut untuk menciptakan, mengimplementasikan langkah-langkah dalam bekerja, teknologi serta produk baru yang dihasilkan berdasarkan Ridho Allah SWT, karena semua hal dalam kehidupan ini akan kembali pada-Nya. Selain itu, religiusitas akan mempengaruhi sikap dan perilaku wirausaha melalui penciptaan nilai, menjalankan kegiatan bisnis

dengan lebih menekankan pada moral dan etika bisnis (Fauzan, 2014). Sehingga religiusitas akan dapat berperan penting dalam menentukan minat seseorang dalam memilih untuk berwirausaha serta akan berkaitan dengan minat seseorang untuk berwirausaha.

Hasil penelitian oleh Riaz et al. (2016) membuktikan religiusitas memberikan pengaruh terhadap minat berwirausaha. Sehingga ketika seseorang memiliki religiusitas tinggi, akan memperkuat minat seseorang untuk berwirausaha. Namun, penelitian dari Akmalianis et al. (2019) memberikan hasil yang berbeda, yaitu religiusitas tidak ada pengaruh terhadap minat berwirausaha.

Dari uraian yang telah dijelaskan, ditemukan adanya perbedaan hasil penelitian, sehingga perlu dilakukan penelitian kembali. Selain itu, penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya. Dalam penelitian sebelumnya, pendekatannya sebagian besar hanya dengan menggunakan pendekatan *Theory of Planned Behavior*, sementara itu dalam penelitian ini menambahkan variabel religiusitas. Sehingga tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana pengaruh sikap berperilaku, norma subjektif, persepsi kontrol perilaku, dan religiusitas terhadap minat berwirausaha.

2. Tinjauan Pustaka

Theory of Planned Behavior

Theory of Planned Behavior (Teori Perilaku Terencana) adalah teori lanjutan dari teori yang pernah dibuat yaitu *Theory of Reasoned Action* (Teori Tindakan Beralasan) yang saat itu dicetuskan oleh Fishbein dan Ajzen tahun 1975, kemudian Icek Ajzen mengembangkan kembali *Theory of Planned Behavior* pada tahun 1991 (Ajzen, 1991). Teori ini menerangkan faktor individu dalam melaksanakan suatu perbuatan tertentu. Dalam teori ini disebutkan bahwa faktor yang dapat mempengaruhi seseorang ketika menjalankan suatu perbuatan tertentu meliputi sikap berperilaku (*attitude toward the behavior*), norma subjektif (*subjective norm*), serta persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*). Pada teori ini juga dapat dipakai dalam menganalisis minat seseorang ketika melakukan sesuatu (Astri & Latifah, 2017).

Sikap Berperilaku

Sikap merupakan penilaian seseorang yang memberikan respon positif atau negatif pada suatu hal atau minat tertentu (Ajzen, 2005). Sikap berperilaku merupakan suatu fungsi yang didasari perilaku kepercayaan, yaitu kepercayaan individu yang didapatkan setelah adanya respon positif atau negatif ketika menjalankan suatu tindakan (Ajzen, 2002). Sehingga, sikap berperilaku dapat menjadi dasar untuk memulai dalam melakukan suatu tindakan atau perilaku. Adanya minat perilaku suatu individu dipengaruhi oleh timbulnya sikap awal dari seseorang tersebut. Indikator pada variabel sikap berperilaku meliputi merasa senang terhadap peluang usaha, pandangan positif terhadap kegagalan saat berwirausaha, menyukai tantangan serta berani mengambil resiko bisnis (Cruz et al., 2015).

Norma Subjektif

Norma subjektif adalah fungsi yang juga didasari oleh kepercayaan yang disebut dengan keyakinan normatif (*normative belief*), yaitu kepercayaan tentang kesetujuan atau ketidaksetujuan suatu individu atau kelompok terhadap suatu perilaku, selain itu norma subjektif juga ditentukan oleh adanya suatu perasaan ingin untuk mengikuti (*motivation to comply*) (Ajzen, 2005). Kepercayaan normatif berkaitan dengan harapan-harapan yang diperoleh dari unsur luar, orang, atau kelompok yang memberikan dampak atau pengaruh pada individu yang meliputi orang tua, sahabat, pasangan, teman kerja dan lain-lain berdasarkan pada tindakan yang berkaitan. Kemudian pada hal motivasi, berkaitan dengan apakah hal tersebut dapat memotivasi atau mendorong seseorang untuk mengikuti pendapat orang lain atau tidak (Darmawan & Warmika, 2016). Indikator pada variabel norma subjektif antara lain dukungan keluarga, dukungan teman dan panutan lainnya, serta dukungan keadaan lingkungan sekitar dalam bersosialisasi, atribut pendukung yang meliputi modal, relasi, pendidikan, dll (Jaya & Seminari, 2016).

Persepsi Kontrol Perilaku

Menurut Ajzen (1988) persepsi kontrol perilaku merupakan faktor yang memberikan gambaran kepada seseorang, mengenai mudah atau sulitnya seseorang dalam melaksanakan tindakan atau perilaku yang diasumsikan pada cerminan dari pengalaman yang pernah dilalui serta mengantisipasi hal-hal yang mengahalanginya. Saat seseorang percaya pada dirinya bahwa ia tidak memiliki sumber daya atau tidak berkesempatan untuk menampilkan suatu perbuatan (kontrol perilaku yang rendah) maka orang tersebut tidak akan memiliki dorongan yang kuat untuk menunjukkan perilaku tersebut, walaupun ia mempunyai sikap berperilaku yang positif serta yakin bahwa orang-orang yang berharga baginya akan mendukungnya untuk menunjukkan perilaku yang dimaksud (Cruz et al., 2015). Persepsi kontrol perilaku dapat dibentuk melalui kesempatan seperti adanya pendidikan atau keterampilan yang diberikan kepada seseorang (Astri & Latifah, 2017). Indikator pada variabel persepsi kontrol perilaku antara lain memiliki potensi memulai wirausaha, memiliki rasa percaya diri, dan memiliki kematangan mental (Chrismardani, 2016).

Religiusitas

Religiusitas merupakan suatu kepercayaan kepada Tuhan (iman) yang disertai dengan perjanjian dan bertanggung jawab untuk menaati prinsip-prinsip yang diyakini dan juga ditetapkan oleh Allah (McDaniel & Burnett, 1990). Dalam sisi kehidupan, religiusitas dapat diwujudkan seperti kegiatan yang nampak serta kegiatan yang tidak nampak yaitu terjadi di dalam hati individu (Fauzan, 2014). Religiusitas merupakan seberapa besar keterikatan seseorang pada agamanya. Jika seseorang mendalami agamanya, maka dalam semua kegiatan dalam hidupnya akan dipengaruhi oleh ajaran agama yang dianutnya. Dalam kegiatan bisnis, agama dapat memastikan suatu tindakan yang ditampilkan oleh seseorang dalam melakukan kegiatan bisnisnya, seperti penerapan bisnis yang mengutamakan etika, kejujuran, serta terpercaya (Muhamad & Mizerski, 2010). Indikator pada variabel religiusitas yaitu (Huber & Huber, 2012) meliputi pengetahuan, ideologi, praktik public, praktik pribadi, dan pengalaman.

Minat Berwirausaha

Menurut Schiffman dan Kanuk (2007) minat adalah salah satu unsur psikologis yang cukup besar berpengaruh pada sikap perilaku, selain itu minat juga sebagai faktor pendorong yang dapat mempengaruhi seseorang dalam melakukan suatu perilaku. Kewirausahaan merupakan kemampuan yang kreatif serta inovatif, dan menjadikannya sebagai langkah awal, kiat, serta sumber daya untuk menemukan peluang dan juga memperoleh kesuksesan (Sinaga, 2016). Wirausahawan menurut Meredith et al. (2005) merupakan seseorang yang lebih cenderung ke suatu perilaku atau tindakan, serta memiliki motivasi yang kuat, berani mengambil resiko dalam mencapai keinginan dan tujuannya.

Minat berwirausaha merupakan keinginan yang terdapat dalam diri seseorang untuk membuat usaha yang nantinya dapat diorganisir, diatur, berani mengambil resiko serta mengembangkan usaha tersebut (Hendrawan & Sirine, 2017). Minat berwirausaha menurut Suryawan (2006) yaitu keinginan, ketertarikan, dan memiliki kemauan kuat untuk berwirausaha guna memenuhi kebutuhan hidup tanpa diiringi rasa ragu ataupun takut atas resiko yang nantiya dihadapi serta selalu menggunakan kegagalan sebagai pembelajaran. Sehingga dari pernyataan-pernyataan tersebut disimpulkan, minat berwirausaha merupakan kemauan keras yang muncul dalam diri seseorang untuk memulai serta membuat suatu usaha guna memenuhi kebutuhan hidup, tidak ragu atau takut pada resiko yang nantinya akan ditanggung dan menjadikan kegagalan sebagai pembelajaran untuk terus memajukan dan mengembangkan usahanya. Indikator variabel minat berwirausaha antara lain memilih wirausaha dibandingkan bekerja dengan orang lain, memilih karir sebagai wirausahawan, dan memulai rencana untuk berwirausaha (Autio et al., 2001).

Sikap berperilaku terhadap minat berwirausaha

Sikap merupakan sebuah evaluasi individu yang berupa respon positif atau negatif terhadap suatu objek atau minat tertentu (Ajzen, 2005). Seseorang akan memberikan respon positif terhadap suatu hal apabila suatu hal tersebut dapat bermanfaat untuknya dan juga sebaliknya. Seperti halnya dalam minat berwirausaha, sikap dapat menjadi langkah awal untuk berwirausaha. Hal ini, seperti penelitian yang telah dilakukan oleh Putra dan Juniariani (2018) serta penelitian yang dilakukan oleh Felya dan Budiono (2020), bahwa sikap berperilaku memberikan pengaruh positif pada minat berwirausaha.

Norma subjektif terhadap minat berwirausaha

Norma subjektif berarti pandangan seseorang terhadap pendapat orang lain tentang apa yang seharusnya dikerjakan dan tidak dikerjakan (Sugiharti, 2013). Norma subjektif menjadi hal penting dalam minat berwirausaha, karena ketika seseorang memperoleh dukungan yang tinggi dari keluarga atau sahabatnya dalam hal untuk memulai berwirausaha maka seseorang tersebut akan mendapatkan keyakinan untuk menentukan perilaku tersebut. Pernyataan ini sejalan dengan hasil penelitian Dewanti & Abad (2014) serta Darmawan dan Warmika (2016), norma subjektif berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha.

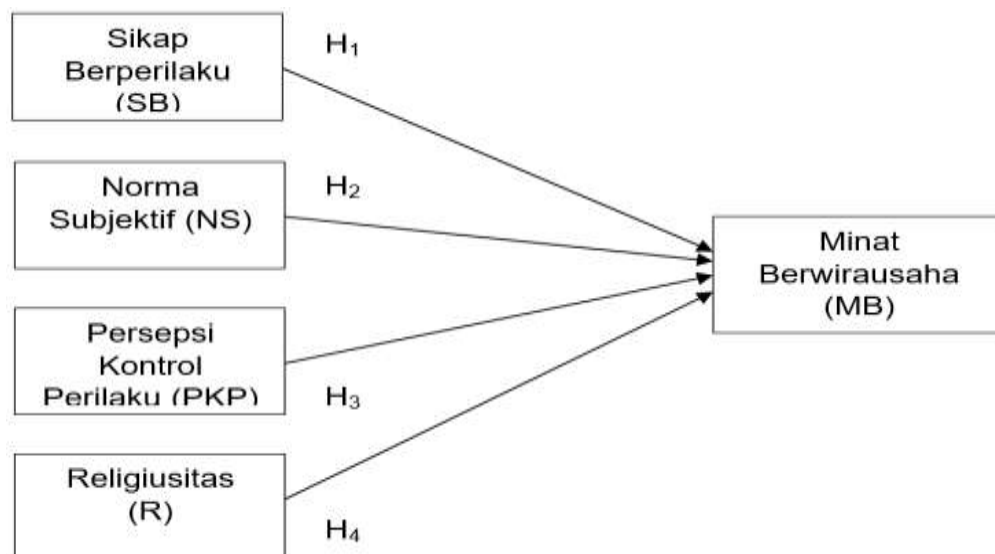
Persepsi kontrol perilaku terhadap minat berwirausaha

Persepsi kontrol perilaku menunjukkan apakah mudah atau sulitnya dalam melakukan suatu tindakan (Dewanti & Abad, 2014). Dengan adanya persepsi kontrol perilaku yang kuat, seseorang akan semakin yakin terhadap apa yang akan dilakukan. Seperti dalam hal minat berwirausaha, ketika seseorang memiliki persepsi kontrol perilaku yang kuat dan tidak ragu pada tantangan serta resiko yang akan dihadapi, maka seseorang tersebut akan semakin yakin untuk berwirausaha. Pernyataan ini didukung dengan hasil penelitian dari Felya dan Budiono (2020) serta Juniariani dan Priandani (2019), persepsi kontrol perilaku terdapat pengaruh positif terhadap minat berwirausaha.

Religiusitas terhadap minat berwirausaha

Religiusitas merupakan suatu kepercayaan pada Tuhan (iman) yang disertai dengan perjanjian serta bertanggung jawab untuk menaati prinsip-prinsip yang diyakini dan juga ditetapkan oleh Allah (McDaniel & Burnett, 1990). Religiusitas akan mempengaruhi pada dampak perilaku seseorang, termasuk perilaku dalam hal berwirausaha. Seperti hasil penelitian dari Fauzan (2014) dan Anwar et al. (2019), religiusitas terdapat pengaruh terhadap minat berwirausaha.

Berdasarkan teori yang telah dijelaskan, maka kerangka penelitian dalam penelitian ini sebagai berikut:



Gambar 1 Kerangka Penelitian

3. Metode Penelitian

Jenis penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif. Lokasi penelitian dilakukan di kampus 1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Salatiga. Populasi yang digunakan yaitu mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Salatiga yang sudah mengambil mata kuliah Kewirausahaan sejumlah 1334 mahasiswa, yang terdiri dari angkatan 2017 dan 2018. Teknik sampel yang digunakan yaitu *Proporsionate Stratified Random Sampling*. Jumlah sampel yang diperoleh dengan menyesuaikan tabel Isaac dan

Michael sejumlah 275 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan penyebaran kuesioner dan skala pengukurannya memakai skala interval 1-10, yang artinya semakin besar nilai atau angka yang dipilih menunjukkan semakin sangat setuju terhadap pernyataan yang diberikan.

Uji instrumen yang digunakan yaitu uji validitas dan uji reliabilitas. Alat analisis yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda, persamaan model analisis regresi linier berganda dengan empat variabel bebas dirumuskan sebagai berikut:

$$MB = \alpha + \beta_1 SB + \beta_2 NS + \beta_3 PKP + \beta_4 R + e$$

MB merupakan minat berwirausaha, SB sikap berperilaku, NS norma subjektif, PKP persepsi kontrol perilaku, dan R religiusitas. α parameter konstanta, $\beta_1 - \beta_4$ koefisien regresi berganda, dan e error

Sebelum dilakukan uji regresi berganda harus terbebas dari masalah asumsi klasik. Uji asumsi klasik yang digunakan meliputi uji normalitas dengan teknik Jarque Bera, uji heteroskedastisitas dengan teknik uji glejser, dan uji multikolinearitas dengan melihat nilai *tolerance* dan VIF. Selain itu terdapat uji kebaikan model yang terdiri dari uji koefisien determinasi (R^2) dan uji F (uji simultan). Kemudian terdapat uji validitas pengaruh (uji T).

4. Hasil dan Pembahasan

4.1. Hasil Penelitian

Deskripsi Data dan Deskripsi Responden

Tabel 2 Deskripsi statistik data penelitian

Variabel	rentang teoritis	rata-rata teori	rentang aktual	rata-rata aktual	std. Defiasi
minat berwirausaha	4 - 40	22	17 - 40	33,18	4,56
sikap berperilaku	4 - 40	22	20 - 40	33,79	3,569
norma subjektif	4 - 40	22	18 - 40	33,38	4,56
persepsi kontrol perilaku	4 - 40	22	20 - 40	32,3	4,584
religiusitas	5 - 50	27,5	20 - 50	41,27	5,221

Tabel 3 Deskripsi Responden

Identitas Diri	Jumlah	Presentase (%)
Jenis Kelamin		
Laki-Laki	66	24,4
Perempuan	205	75,6
Program Studi		
Perbankan Syariah	112	41,3
Ekonomi Syariah	76	28
Manajemen Bisnis Syariah	48	17,7
Akuntansi Syariah	35	12,9
Angkatan		
Tahun 2017	153	56,5
Tahun 2018	118	43,5
Sudah Menempuh Mata Kuliah Kewirausahaan	271	100

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Tabel 4 Uji Validitas

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Sikap Berperilaku	Item 1	0,682**	0,1192	Valid
	Item 2	0,665**	0,1192	Valid
	Item 3	0,696**	0,1192	Valid
	Item 4	0,664**	0,1192	Valid
Norma Subjektif	Item 1	0,806**	0,1192	Valid
	Item 2	0,845**	0,1192	Valid
	Item 3	0,815**	0,1192	Valid
	Item 4	0,777**	0,1192	Valid
Persepsi Kontrol Perilaku	Item 1	0,860**	0,1192	Valid
	Item 2	0,823**	0,1192	Valid
	Item 3	0,876**	0,1192	Valid
	Item 4	0,839**	0,1192	Valid
Religiusitas	Item 1	0,729**	0,1192	Valid
	Item 2	0,722**	0,1192	Valid
	Item 3	0,811**	0,1192	Valid
	Item 4	0,729**	0,1192	Valid
Minat Berwirausaha	Item 5	0,772**	0,1192	Valid
	Item 1	0,724**	0,1192	Valid
	Item 2	0,745**	0,1192	Valid
	Item 3	0,862**	0,1192	Valid
	Item 4	0,822**	0,1192	Valid

Tabel 5 Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Cutt Off	Keterangan
Sikap Berperilaku	0,602	0,60	Reliabel
Norma Subjektif	0,821	0,60	Reliabel
Persepsi Kontrol Perilaku	0,869	0,60	Reliabel
Religiusitas	0,804	0,60	Reliabel
Minat Berwirausaha	0,794	0,60	Reliabel

Analisis Regresi Berganda

Tabel 6 Analisis Regresi Berganda

Variabel ^a	Koefisien	Std. Deviasi	t hitung	Sig.
(Constant)	0,634	1,580	0,401	0,689
Sikap Berperilaku	0,087	0,056	1,545	0,124
Norma Subjektif	0,193	0,047	4,096	0,000
Persepsi Kontrol Perilaku	0,509	0,050	10,132	0,000
Religiusitas	0,163	0,041	4,016	0,000
R Square	= 0,695			
Adj. R Square	= 0,690			
F Statistik	= 151,424			
Sig F	= 0,000			

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

Berdasarkan Tabel 6 maka diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$MB = \alpha + 0,068SB + 0,193NS + 0,513PKP + 0,187R$$

Uji Normalitas

Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan jarque bera, yaitu dengan mengukur nilai skewness dan kurtosis. Nilai skewness dan kurtosis dirangkum dalam Tabel 7.

Tabel 7 Nilai Skewness dan Kurtosis

	N	Skewness		Kurtosis	
		Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
Unstandardized Residual	271	-0,158	0,148	0,367	0,295

Rumus mencari nilai Jarque Bera dihitung dengan rumus $Jb = \frac{n}{6} \left(\frac{S^2 + K^2}{4} \right)$.

Dari perhitungan dengan rumus jarque bera, nilai jarque bera diperoleh sebesar 1,23898. Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai jarque bera < Tabel Chi Square (1,23898 < 7,81474), sehingga dapat dikatakan bahwa model dalam penelitian ini berdistribusi normal.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dalam penelitian menggunakan uji glejser, yaitu dengan meregresikan antara variabel independen dengan nilai absolute residualnya. Hasil dari uji heteroskedastisitas dirangkum dalam Tabel 8.

Tabel 8 Uji Heteroskedastisitas- Glejser

Model ^a	Koefisien	Std. Deviasi	t	Sig.
(Constant)	3,529	0,980	3,603	0,000
Sikap Berperilaku	0,052	0,035	1,499	0,135
Norma Subjektif	-0,024	0,029	-0,806	0,421
Persepsi Kontrol Perilaku	-0,051	0,031	-1,646	0,101
Religiusitas	-0,022	0,025	-0,871	0,385

Berdasarkan Tabel 8 masing-masing variabel yaitu Sikap Berperilaku, Norma Subjektif, Persepsi Kontrol Perilaku, dan Religiusitas menunjukkan nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

Uji Multikolinearitas

Tabel 9 Uji Multikolinearitas

Model ^a	Koefisien	Std. Deviasi	Tolerance	VIF
(Constant)	0,634	1,580		
Sikap Berperilaku	0,087	0,056	0,593	1,687
Norma Subjektif	0,193	0,047	0,516	1,938
Persepsi Kontrol Perilaku	0,509	0,050	0,450	2,222
Religiusitas	0,163	0,041	0,531	1,883

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

Berdasarkan Tabel 9 hasil nilai VIF dari variabel Sikap Berperilaku, Norma Subjektif, Persepsi Kontrol Perilaku, dan Religiusitas menunjukkan lebih kecil dari 10 serta nilai Tolerance lebih besar dari 0,10. Maka dapat dikatakan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi.

Koefisien Determinasi

Hasil Tabel 10 nilai koefisien R Square sebesar 0,695 hal tersebut menunjukkan bahwa variabel Sikap Berperilaku, Norma Subjektif, Persepsi Kontrol Perilaku, dan Religiusitas dapat menjelaskan variasi variabel Minat Berwirausaha sebesar 69,5% sedangkan sisanya 30,5% dijelaskan oleh variabel lain diluar model penelitian ini.

Tabel 10 Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	0,834 ^a	0,695	0,690

a. Predictors: (Constant), Religiusitas, Sikap Berperilaku, Norma Subjektif, Persepsi Kontrol Perilaku

Uji F

Berdasarkan Tabel 11 ditunjukkan bahwa nilai koefisien sebesar 151,424 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Sikap Berperilaku, Norma Subjektif, Persepsi Kontrol Perilaku, dan Religiusitas secara bersama-sama (simultan) memiliki pengaruh positif terhadap minat berwirausaha.

Tabel 11 Uji F

Model ^a	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	3901,413	4	975,353	151,424	0,000 ^b
Residual	1713,362	266	6,441		

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

b. Predictors: (Constant), Religiusitas, Sikap Berperilaku, Norma Subjektif, Persepsi Kontrol Perilaku

Uji Validitas Pengaruh

Tabel 12 Uji validitas pengaruh

Model ^a	Koefisien	Std. Deviasi	t hitung	Sig.
Sikap Berperilaku	0,087	0,056	1,545	0,124
Norma Subjektif	0,193	0,047	4,096	0,000
Persepsi Kontrol Perilaku	0,509	0,050	10,132	0,000
Religiusitas	0,163	0,041	4,016	0,000

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

Berdasarkan Tabel 12 diperoleh hasil uji t dari setiap masing-masing variabel, dijabarkan sebagai berikut:

- Sikap berperilaku memiliki nilai t hitung sebesar 1,545 dan nilai signifikansi sebesar 0,124. Nilai signifikansi $0,124 > 0,05$ maka H_0 diterima, yang berarti bahwa sikap berperilaku tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha.

- Berdasarkan hasil ini, maka Hipotesis 1 dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa sikap berperilaku berpengaruh terhadap minat berwirausaha ditolak.
- Norma subjektif memiliki nilai t hitung sebesar 4,096 dan nilai signifikansi 0,000. Nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak, yang berarti norma subjektif berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Berdasarkan hasil tersebut, maka Hipotesis 2 dalam penelitian ini yang menyatakan norma subjektif berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha diterima.
 - Persepsi kontrol perilaku memiliki nilai t hitung sebesar 10,132 dan nilai signifikansi 0,000. Nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak, artinya persepsi kontrol perilaku berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Berdasarkan hasil ini, maka Hipotesis 3 dalam penelitian ini yang menyatakan persepsi kontrol perilaku berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha diterima.
 - Religiusitas diperoleh nilai t hitung sebesar 4,016 dan nilai signifikansi 0,000. Nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak, yang artinya religiusitas berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Berdasarkan hasil ini, maka Hipotesis 4 dalam penelitian ini yang menyatakan religiusitas berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha diterima.

Maka hasil dari hipotesis penelitian dalam penelitian ini dapat dirangkum dalam Tabel 13.

Tabel 13 Hasil Hipotesis Penelitian

	Hipotesis	Kesimpulan
H1	Sikap berperilaku berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha	Ditolak
H2	Norma subjektif berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha	Tidak Ditolak
H3	Persepsi kontrol perilaku berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha	Tidak Ditolak
H4	Religiusitas berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha	Tidak Ditolak

4.2 Pembahasan

Pengaruh Sikap Berperilaku terhadap Minat Berwirausaha

Hasil dari uji penelitian variabel sikap berperilaku menunjukkan bahwa sikap berperilaku tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Hal tersebut secara teoritis tidak sejalan dengan *Theory of Planned Behavior* yang disampaikan oleh Ajzen (1991) yang menyatakan bahwa perilaku seseorang dapat terbentuk atau faktor yang dapat mempengaruhi seseorang ketika akan menjalankan suatu perbuatan tertentu salah satunya dengan meningkatkan sikap berperilaku. Kondisi ini dikarenakan mahasiswa masih kurang merasa senang terhadap info peluang usaha, mahasiswa kurang berani untuk mengambil resiko, serta kurang berani mengambil tantangan. Kurang tertarik terhadap peluang usaha kemungkinan karena mahasiswa belum siap untuk menjalani usaha dan adanya aktivitas lain seperti kuliah dan sebagainya. Kurang berani dalam mengambil resiko dan tantangan kemungkinan dari sisi modal yang masih belum terpenuhi atau belum memiliki pengalaman berwirausaha sebelumnya.

Secara empiris penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Putra dan Juniari (2018), Darmawan dan Warmika (2016), Juniari dan Priandani (2019), serta Felya dan Budiono (2020) yang menyebutkan sikap berperilaku berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Namun penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dewanti dan Abad (2014) yang menyatakan bahwa sikap berperilaku tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Hal ini perlu menjadi perhatian bagi mahasiswa agar mahasiswa didorong untuk memiliki sikap ini.

Berdasarkan hasil penelitian ini, meningkatnya sikap berperilaku tidak berdampak terhadap minat berwirausaha. Namun perlu diupayakan hal-hal yang sekiranya dapat mendorong keberadaan sikap berperilaku untuk meningkatkan minat berwirausaha. Seperti adanya pendampingan dalam pembelajaran mengenai kewirausahaan, mencoba merespon positif tentang karir sebagai wirausaha dengan belajar dari kisah inspiratif pengalaman para wirausahawan di Indonesia, dan sebagainya.

Pengaruh Norma Subjektif terhadap Minat Berperilaku

Hasil uji penelitian variabel norma subjektif menunjukkan bahwa norma subjektif mampu memberikan pengaruh secara positif terhadap minat berwirausaha. Secara teoritis hasil ini sejalan dengan *Theory of Planned Behavior* yang disampaikan oleh Ajzen (1991) yang menyatakan bahwa perilaku seseorang dapat terbentuk atau faktor yang dapat mempengaruhi seseorang ketika akan menjalankan suatu perbuatan tertentu salah satunya dengan norma subjektif. Hal ini dikarenakan adanya dukungan dari keluarga, dukungan dari teman, serta keadaan lingkungan sekitar dapat mendorong mahasiswa untuk minat berkarir sebagai wirausaha, selain itu adanya modal, relasi, dan pendidikan yang diperoleh juga mendorong mahasiswa untuk berwirausaha.

Secara empiris hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Darmawan dan Warmika (2016), Putra dan Juniari (2017), Juniari dan Priandani (2018), serta Dewanti dan Abad (2014) yang menyatakan bahwa norma subjektif berpengaruh positif terhadap minat wirausaha. Sehingga keberadaan norma subjektif ini perlu dijaga atau lebih ditingkatkan lagi untuk mendorong meningkatnya minat berwirausaha pada mahasiswa.

Berdasarkan hasil penelitian ini, meningkatnya norma subjektif mampu mempengaruhi minat berwirausaha mahasiswa. Sehingga peran keluarga dan teman dekat sangat dibutuhkan untuk mempengaruhi seseorang ketika akan memilih berwirausaha. Adanya modal, relasi, serta pendidikan tentang kewirausahaan juga akan mempengaruhi, karena seseorang akan merasa memiliki bekal yang cukup apabila ingin memulai berwirausaha.

Pengaruh Persepsi Kontrol Perilaku terhadap Minat Berwirausaha

Hasil uji penelitian variabel persepsi kontrol perilaku menunjukkan bahwa persepsi kontrol perilaku mampu memberikan pengaruh secara positif terhadap minat berwirausaha. Secara teoritis hasil ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Ajzen (1991) yaitu *Theory of Planned Behavior* yang menyatakan bahwa perilaku seseorang dapat terbentuk atau faktor yang dapat mempengaruhi seseorang ketika

akan menjalankan suatu perbuatan tertentu salah satunya dengan persepsi kontrol perilaku. Kondisi ini dapat terjadi dikarenakan adanya potensi yang dimiliki untuk berwirausaha, memiliki rasa percaya diri untuk berwirausaha, dan memiliki kematangan mental yang kuat untuk berwirausaha.

Secara empiris penelitian ini sejalan dengan penelitian Felya dan Budiono (2020), Darmawan dan Warmika (2016), Juniariyani dan Priandani (2019), serta Putra dan Juniariyani (2018) yang menyatakan bahwa persepsi kontrol perilaku berpengaruh secara positif terhadap minat berwirausaha. Maka adanya persepsi kontrol perilaku ini perlu dijaga dan ditingkatkan untuk menambah minat berwirausaha.

Berdasarkan hasil penelitian ini, meningkatnya persepsi kontrol perilaku dapat mempengaruhi minat untuk berwirausaha. Dengan demikian dapat disimpulkan, memiliki kemampuan mengenai wirausaha, memiliki rasa percaya diri, dan memiliki kematangan mental juga merupakan suatu hal yang sangat dibutuhkan ketika akan memulai wirausaha. Faktor-faktor ini dapat diperoleh dengan mengikuti seminar tentang wirausaha atau pelatihan *business plan* secara rutin atau terjadwal, yang mana hal tersebut dapat meningkatkan kemampuan dan pengalaman untuk berwirausaha, selain itu dapat meningkatkan rasa percaya diri karena merasa sudah memiliki potensi di bidang wirausaha.

Pengaruh Religiusitas terhadap Minat Berwirausaha

Hasil uji penelitian variabel religiusitas menunjukkan bahwa religiusitas mampu memberikan pengaruh secara positif terhadap minat berwirausaha. Secara teoritis hasil ini sejalan dengan pernyataan yang dikemukakan oleh Fauzan (2014) bahwa religiusitas akan memberikan pengaruh pada perilaku ekonomi seseorang dan berhubungan dengan perilaku berwirausaha. Hal ini dapat terjadi karena, mahasiswa yang tertarik mempelajari lebih dalam tentang topik keagamaan dan kewirausahaan, menjalankan perintah agama, dan sering mengikuti kegiatan keagamaan dapat meningkatkan minat untuk berwirausaha.

Secara empiris penelitian ini sejalan dengan penelitian Anwar et al. (2019); Riaz et al. (2016); Fauzan (2014); dan Abdullahi & Suleiman (2015) yang menyatakan bahwa religiusitas berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Sehingga variabel religiusitas ini juga perlu dijaga keberadaannya untuk meningkatkan minat berwirausaha pada mahasiswa.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan, meningkatnya religiusitas dapat mempengaruhi minat untuk berwirausaha. Sehingga adanya religiusitas dalam memulai berwirausaha juga menjadi bagian yang perlu diperhatikan. Adanya religiusitas dalam berwirausaha, maka seseorang dalam menjalankan bisnisnya dapat menerapkan nilai-nilai agama di dalamnya, seperti bisnis yang mengutamakan kejujuran, etika, lebih peduli dengan lingkungan, serta terpercaya.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan tentang pengaruh sikap berperilaku, norma subjektif, persepsi kontrol perilaku, dan religiusitas terhadap minat

berwirausaha pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Salatiga, dapat disimpulkan bahwa sikap berperilaku tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha, norma subjektif berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha, persepsi kontrol perilaku berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha, religiusitas berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Adapun variabel yang mempunyai pengaruh paling besar yaitu variabel persepsi kontrol perilaku dengan nilai koefisien sebesar 0,509. Sehingga variabel persepsi kontrol perilaku menjadi prioritas yang tetap dijaga keberadaannya untuk meningkatkan minat berwirausaha.

Ucapan Terimakasih

Peneliti mengucapkan terimakasih kepada teman-teman Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Salatiga yang telah bersedia menjadi responden serta semua pihak yang secara langsung dan tidak langsung membantu dalam penelitian ini.

Referensi

- Abdila, R. (2020, August). Teten: Jumlah Wirausahawan di Indonesia Masih Terlalu Kecil. *Tribun News*. <https://www.tribunnews.com/bisnis/2020/08/31/teten-jumlah-wirausahawan-di-indonesia-masih-terlalu-kecil>
- Abdullahi, A. I., & Suleiman, M. S. (2015). Impact Of Religion On Entrepreneurial Intention Of University Students In Kano State, Nigeria. *Proceedings of ICIC2015 – International Conference on Empowering Islamic Civilization in the 21st Century e-ISBN: September*, 363–375.
- Ács, Z. J., Szerb, L., Lafuente, E., & Márkus, G. (2019). *The Global Entrepreneurship Index 2019*. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.17692.64641>
- Adi, F., Sumarwan, U., & Fahmi, I. (2017). Literasi Keuangan Syariah dan Konvensional terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa. *Jurnal Al-Muzara'ah*, 5(1), 1–20.
- Ajzen, I. (1988). *Attitudes, Personality, and Behavior*. Dorsey Press.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Ajzen, I. (2002). *Constructing a TpB Questionnaire : Conceptual and Methodological Considerations*.
- Ajzen, I. (2005). *Attitudes, Personality, and Behavior*. Mc-Graw-Hil Education.
- Akmalianis, E., Mahri, A. J. W., Wulandari, N. S., & Septiadi, D. (2019). Interest in Islamicpreneur: Family Environment Factors and Religiosity Analysis (The Research of Islamic Economics Students at University in Bandung). *2nd ICIEBP The 2nd International Conference on Islamic Economics, Business, and Philanthropy (ICIEBP) Theme: "Sustainability and Socio Economic Growth," 2019(August 2017)*, 626–644. <https://doi.org/10.18502/kss.v3i13.4236>
- Anwar, D., Marnola, I., & Suryani. (2019). Pengaruh Religiusitas dan Komunitas Terhadap Motivasi Berwirausaha Para Pemuda. *JEBI (Jurnal Ekonomi Bisnis Islam)*, 4(2), 181–192.

- Astri, W., & Latifah, L. (2017). Pengaruh Personal Attributes, Adversity Quotient Dengan Mediasi Self Efficacy Terhadap Minat Berwirausaha. *Economic Education Analysis Journal*, 6(3), 737–751.
- Autio, E., Keeley, R., Borrego, A., State, D., & Klofsten, M. (2001). Entrepreneurial Intent Among Students in Scandinavia and in the USA. *Enterprise and Innovation Management Studies*, 2(2), 145–160. <https://doi.org/10.1080/14632440110094632>
- Chrismardani, Y. (2016). Theory Of Planned Behavior Sebagai Prediktor Intensi Berwirausaha. *Kompetensi*, 10(1), 90–103. <http://www.dbpia.co.kr/Article/3031618>
- Cruz, L. da, Suprpti, N. W. S., & Yasa, N. N. K. (2015). Aplikasi Theory Of Planned Behavior Dalam Membangkitkan Niat Berwirausaha Bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Unpaz , Dili Timor Leste. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 4(12), 895–920.
- Darmawan, I. M. Y., & Warmika, I. G. K. (2016). Pengaruh Norma Subjektif, Personal Attitude, Perceived Behavior Control, Dan Aspek Psikologis Terhadap Minat Wirausaha (Entrepreneurial Intention). *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 5(7), 241682.
- Dewanti, R. L., & Abad, T. Bin. (2014). Prediksi Minat Mahasiswa Untuk Berwirausaha Menggunakan Pendekatan Theory of Planned Behavior. *Telaah Bisnis*, 15(2), 1–12. <http://journal.stimykpn.ac.id/index.php/tb/article/view/26/25>
- Fauzan. (2014). Hubungan Religiusitas dan Kewirausahaan: Sebuah Kajian Empiris Dalam Perspektif Islam. *Modernisasi*, 10(2), 147–157.
- Hendrawan, J. S., & Sirine, H. (2017). Pengaruh Sikap Mandiri, Motivasi, pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus pada Mahasiswa FEB UKSW Konsentrasi Kewirausahaan). *Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 02(03), 291–314.
- Huber, S., & Huber, O. W. (2012). The Centrality of Religiosity Scale (CRS). *Religions*, 3, 710–724. <https://doi.org/10.3390/rel3030710>
- Jaya, I. P. B. A., & Seminari, N. K. (2016). Pengaruh Norma Subjektif, Efikasi Diri, Dan Sikap Terhadap Intensi Berwirausaha Siswa Smkn Di Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(3), 255356.
- Juniariani, N. M. R., & Priliandani, N. M. I. (2019). Theory of Planned Behavior pada Minat Berwirausaha dengan Pengetahuan Akuntansi sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Riset Akuntansi*, 9(1), 1–8. <https://doi.org/10.4135/9781483376493.n313>
- Kurniawan, A. (2020). *Peran Wirausaha Dalam Perekonomian dan Pembangunan Nasional*. <https://www.gurupendidikan.co.id/peran-wirausaha-dalam-perekonomian-dan-pembangunan-nasional/>
- McDaniel, S. W., & Burnett, J. J. (1990). Consumer Religiosity and Retail Store Evaluative Criteria. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 18(2), 101–102. <https://doi.org/http://doi.org/10.1007/BF02726426>
- Meredith, G. G., Asparsayogi, A., Nelson, R. E., & Nick, P. A. (2005). *Kewirausahaan: Teori dan Praktek*. PT. Pustaka Binaman Pressindo.
- Miranda, J. F., Chamorro-mera, A., & Rubio, S. (2017). Academic Entrepreneurship in

- Spanish Universities: An Analysis of The Determinants of Entrepreneurial Intention. *European Research on Management and Business Economics*, 23(2), 113–122. <https://doi.org/10.1016/j.jedeen.2017.01.001>
- Muhamad, N., & Mizerski, D. (2010). The Constructs Mediating Religions' Influence on Buyers and Consumers. *Journal of Islamic Marketing*, 1(2), 124–135. <https://doi.org/10.1108/17590831011055860>
- Putra, I. P. M. J. S., & Juniariani, N. M. R. (2018). Pengaruh Sikap Berperilaku, Noma Subyektif dan Kontrol Perilaku Persepsian Pada Minat Berwirausaha. *Jurnal Riset Akuntansi*, 8(2), 65–71.
- Ratno, F. A. (2020). Penggunaan E-Commerce Dalam Pembelajaran Kewirausahaan Untuk Meningkatkan Profesional Bisnis Religius Mahasiswa (Survey Pada Mahasiswa FEBI IAIN Salatiga). *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 17(02), 27–35. <https://doi.org/10.25134/equi.v17i02.ABSTRACT>
- Riaz, Q., Farrukh, M., Rehman, S. U., & Ishaque, A. (2016). Religion and Entrepreneurial Intentions: An Empirical Investigation. *International Journal of Advanced and Applied Sciences*, 3(9), 31–36.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2007). *Perilaku Konsumen, Edisi Ketujuh, Terjemahan Zoelkifli Kasip*. Indeks.
- Sinaga, D. (2016). *Kewirausahaan: Pedoman Untuk Kalangan Praktisi dan Mahasiswa*. Ekuilibria.
- Siswoyo, H. B. B. (2009). Pengembangan Jiwa Kewirausahaan di Kalangan Dosen dan Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 14(2), 114–123.
- Sugiharti. (2013). Faktor Determinan Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa Dengan Menggunakan Pendekatan Theory of Planned Behavior. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi Terapan (JIMAT)*, 4(November), 109–115.
- Suryawan, P. (2006). *Penyimpangan Tumbuh Kembang Anak*. Gramedia Pustaka Utama.
- Vemmy, C. S. (2012). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Intensi Berwirausaha Siswa SMK. *Jurnal Pendidikan Vokasi*, 2(1), 117–126.