



UNTAR

FAKULTAS
EKONOMI & BISNIS

Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan



VOLUME 8/03/Juli/2026

DAFTAR ISI

<i>INFLUENCER MARKETING, BRAND IMAGE, DAN E-WOM: FAKTOR PENENTU PURCHASE INTENTION</i> PRODUK <i>SOFTLENS XYZ</i> Risa Pratiwi, Arifin Djakasaputra	809-817
PENGARUH PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN TERHADAP INTENSI BERWIRAUSAHA DIMEDIASI EFIKASI DIRI DAN ORIENTASI PEMBELAJARAN Fernando Hosea, Frangky Selamat	818-827
FAKTOR-FAKTOR YANG MEMBENTUK SIKAP KONSUMEN DALAM BELANJA <i>ONLINE</i> : KEPERCAYAAN SEBAGAI MEDIASI Melda Ciangdika Arwan, Sanny Ekawati	828-838
PENGARUH PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN, KEPERIBADIAN, DAN DUKUNGAN KELUARGA TERHADAP NIAT BERWIRAUSAHA Jeni Wiwi, Sarwo Edy Handoyo	839-848
FAKTOR YANG MEMENGARUHI <i>PURCHASE INTENTION</i> PADA SABUN <i>LIFEBUOY</i> DI DKI Jakarta Shinta Monica, Galuh Mira Saktiana	849-858
PENGARUH PENEMPATAN PRODUK DALAM <i>PODCAST</i> DEBAT HUMOR TERHADAP INGATAN DAN SALIENSI MEREK Amanda Marzha Tanaya, Cokki	859-871
INTENSI BERWIRAUSAHA SEBAGAI MEDIATOR PENGARUH PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN DAN DUKUNGAN KELUARGA TERHADAP KEPUTUSAN BERWIRAUSAHA Josephin Kurniawati Cahyani, Ida Puspitowati	872-882
PENGARUH STRES KERJA, LINGKUNGAN KERJA, DAN BUDAYA ORGANISASI TERHADAP KINERJA GEN Z: PERAN MEDIASI MOTIVASI KERJA Valerio Chindradinata, Yanuar	883-896
PERAN KESADARAN MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK DALAM MEMEDIASI PENGARUH KREDIBILITAS <i>INFLUENCER</i> TERHADAP NIAT MEMBELI PRODUK PARFUM DI <i>E-COMMERCE</i> Nelsen Sifran, Keni	897-911
<i>TURNOVER INTENTION</i> IN GEN Z Keshia, Ronnie Resdianto Masman	912-920

MENUMBUHKAN MINAT BERWIRAUSAHA GEN Z DI JAKARTA MELALUI EFIKASI DIRI Helena Monieca Ong, Lydiawati Soelaiman	921-931
PERAN MOTIVASI PROSOSIAL DAN KESEJAHTERAAN WIRAUSAHA TERHADAP KETEKUNAN BERWIRAUSAHA DALAM PERSPEKTIF <i>SELF-DETERMINATION</i> Kevin Tantonno, Andi Wijaya	932-940
PENGARUH <i>CORPORATE IMAGE</i> DAN <i>PERCEIVED QUALITY</i> TERHADAP <i>CUSTOMER SATISFACTION</i> DENGAN VARIABEL MEDIASI <i>PERCEIVED VALUE</i> DI PT INDO TAICHEN Emerline Valia Putri, Rodhiah	941-948
FAKTOR YANG MEMENGARUHI <i>FINANCIAL WELL-BEING</i> PEKERJA JAKARTA DENGAN <i>FINANCIAL BEHAVIOR</i> SEBAGAI MEDIASI Stevia Carla Sucipto, Ary Satria Pamungkas	949-958
NIAT BERWIRAUSAHA SISWA SMA: PERSPEKTIF PSIKOLOGIS DAN KOGNITIF Keisha Clarissa, Oey Hannes Widjaja	959-968
PENGARUH LOKUS KENDALI, PERILAKU TERHADAP RISIKO, DAN PANUTAN TERHADAP NIAT KEWIRAUSAHAAN PADA GENERASI Z Abdullah Gymnastiar, Nur Hidayah	969-977
ANALISIS PROFITABILITAS INDUSTRI PERTAMBANGAN SELAMA PERANG RUSIA–UKRAINA Daniel Chandra Setiawan, Nuryasman MN	978-987
PENGARUH ORIENTASI PASAR DAN ORIENTASI PEMBELAJARAN TERHADAP INOVASI DAN KINERJA BISNIS UMKM <i>FASHION</i> DI JAKARTA UTARA Justin Arvid, Louis Utama	988-996
ANALISIS FAKTOR-FAKTOR <i>OVERSUBSCRIPTION</i> IPO: STUDI PADA BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2023-2025 Lourena Desiany, Ignatius Roni Setiawan	997-1006
FAKTOR FAKTOR YANG MEMENGARUHI LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN JANJI JIWA Michelle Kurniawan, Yenny Lego	1007-1016
PERAN TRANSFORMASI DIGITAL, KEUNGGULAN BERSAING, DAN MOTIVASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KINERJA UMKM F&B Marvell Tjaman, Mei Ie	1017-1029

PERAN PROGRAM KEWIRAUSAHAAN DALAM MEMBENTUK NIAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA Madeline Gabriella Joyce Sinulingga, Herlina Budiono	1030-1038
DETERMINAN KESADARAN INVESTASI PADA MAHASISWA DI JAKARTA BARAT: PERAN KONTROL DIRI SEBAGAI VARIABEL <i>INTERVENING</i> Hendrik, Hendra Wiyanto	1039-1047
PENGARUH FILM TERHADAP MOTIVASI BERINVESTASI DAN NIAT BERINVESTASI: STUDI EKSPERIMENTAL PADA MAHASISWA Nanako Keisya Emanuella, Ary Satria Pamungkas, Cokki	1048-1057
PERAN KEWIRAUSAHAAN BERKELANJUTAN DALAM INTENSI KEWIRAUSAHAAN DAN PERFORMA BISNIS GEN Z Daylen Febrio Aliman, Ronnie Resdianto Masman	1058-1069
PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KINERJA BISNIS DENGAN ADOPSI TEKNOLOGI SEBAGAI VARIABEL MEDIASI Angela, Frangky Selamat	1070-1078
PENGARUH E-WOM, <i>BRAND IMAGE</i> , DAN <i>PERCEIVED QUALITY</i> TERHADAP <i>PURCHASE INTENTION</i> AGS DI GOFOOD JAKARTA Nadiah Meisaarah Ismady, Sanny Ekawati	1079-1088
FAKTOR <i>BRAND COMMUNICATION</i> DAN <i>PERCEIVED QUALITY</i> SEBAGAI PENDUKUNG <i>BRAND LOYALTY</i> PRODUK GATSBY DI JAKARTA Said Ashadi Cahyadi, Carunia Mulya Firdausy, Richard Andrew	1089-1099
DETERMINASI PERTUMBUHAN USAHA <i>ONLINE</i> MAHASISWA MELALUI KREATIVITAS WIRAUSAHA DAN PEMASARAN DIGITAL Micshella Agustina Sanjaya, Kartika Nuringstih	1100-1110
PERAN FAKTOR ORGANISASIONAL DALAM MENINGKATKAN KINERJA KARYAWAN PT XYZ Florentia Jeanyfer Veronica Kapoh, Yanuar	1111-1124
PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS MELALUI KEPUASAN PELANGGAN Rafa Aulia Damar Gusti, Arifin Djakasaputra	1125-1134
PENGARUH KEPUASAN KERJA, STRES KERJA, DAN <i>BURNOUT</i> TERHADAP <i>TURNOVER INTENTION</i> KARYAWAN RITEL <i>FASHION</i> DI JAKARTA Nabila Yolanda Karin, Edalmen	1135-1145

- ANALISIS PENGARUH *CELEBRITY ENDORSEMENT* DAN *PERCEIVED QUALITY* TERHADAP NIAT BELI PRODUK KECANTIKAN MELALUI KEPERCAYAAN MEREK 1146-1160
Angeline Arinda, Keni
- DAMPAK MOTIVASI PROSOSIAL, KESEJAHTERAAN SUBJEKTIF, DAN KESEJAHTERAAN PSIKOLOGIS TERHADAP PERSISTENSI KEWIRAUSAHAAN, MODERASI DINAMIKA LINGKUNGAN DI JAKARTA UTARA 1161-1171
Josephine, Andi Wijaya
- PENGARUH PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN DAN POLA PIKIR KEWIRAUSAHAAN TERHADAP INTENSI BERWIRAUSAHA DENGAN EFIKASI DIRI SEBAGAI MEDIASI 1172-1181
Rizky Novaldy Saputra, Lydiawati Soelaiman
- PENGARUH KUALITAS MAKANAN, KUALITAS LAYANAN, DAN ATMOSFER TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA RENZ CAFÉ DI JAKARTA 1182-1191
Amory Takahiro Theja, Cokki
- FAKTOR-FAKTOR PENENTU INTENSI BERWIRAUSAHA MAHASISWA DENGAN MEDIASI MOTIVASI BERWIRAUSAHA 1192-1205
Steven Hutomo, Nur Hidayah
- DAMPAK VOLATILITAS KURS DAN *NET FOREIGN FLOW* TERHADAP IHSG SETELAH COVID-19 1206-1214
Valerin Amanda Limski, Ignatius Roni Setyawan
- ANALISIS DETERMINAN *INTELLECTUAL CAPITAL*: PERAN UMUR DAN UKURAN PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN LQ45 1215-1227
Gina Christina Setyadi, Surya Setyawan
- HRIS DAN *BUSINESS INTELLIGENCE* TERHADAP *OPERATIONAL PERFORMANCE* MELALUI *HR ANALYTICS* PADA KARYAWAN MEDIA 1228-1241
Inge Mariaulfa, Tiarapuspa, Sarfilianty Anggiani, Wiwik R. Adawiyah, Muhammad Farrel Ramsyah Kurnia

NIAT BERWIRAUSAHA SISWA SMA: PERSPEKTIF PSIKOLOGIS DAN KOGNITIF

Keisha Clarissa¹, Oey Hannes Widjaja^{2*}

¹Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara Jakarta
Email: keisha.115220169@stu.untar.ac.id

²Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara Jakarta
Email: hannesw@fe.untar.ac.id

*Penulis Korespondensi

Masuk: 10-04-2026, revisi: 15-04-2026, diterima untuk diterbitkan: 31-07-2026

ABSTRAK

Kewirausahaan merupakan pilar penting pembangunan ekonomi nasional karena menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan daya saing bangsa. Pendidikan kewirausahaan tidak hanya bertujuan untuk memberikan pengetahuan, tetapi juga membentuk sikap, motivasi, dan niat berwirausaha pada generasi muda. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh faktor psikologis dan proses kognitif terhadap niat berwirausaha pada siswa SMA di Jakarta Barat. Teknik pemilihan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *non probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*. Sampel penelitian ini merupakan para siswa SMA swasta yang bertempat di Jakarta Barat. Data yang berhasil dikumpulkan sebanyak 267 responden. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan aplikasi SmartPLS 4.0. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara faktor psikologis dan proses kognitif terhadap niat berwirausaha pada siswa SMA di Jakarta Barat.

Kata Kunci: faktor psikologis, proses kognitif, niat berwirausaha

ABSTRACT

Entrepreneurship is an important pillar of national economic development because it creates jobs and increases the nation's competitiveness. Entrepreneurship education aims not only to provide knowledge, but also to shape attitudes, motivation, and entrepreneurial intent in the younger generation. This study aims to analyze and determine the influence of psychological factors and cognitive processes on entrepreneurial intentions among high school students in West Jakarta. The sampling technique used in this study is *non-probability sampling* with a *purposive sampling* approach. The sample in this study consisted of private high school students located in West Jakarta. A total of 267 respondents participated in the study. Data analysis in this study was conducted using the SmartPLS 4.0 application. The results of this study indicate a positive and significant influence of psychological factors and cognitive processes on entrepreneurial intentions among high school students in West Jakarta.

Keywords: psychological factors, cognitive processes, entrepreneurial intention

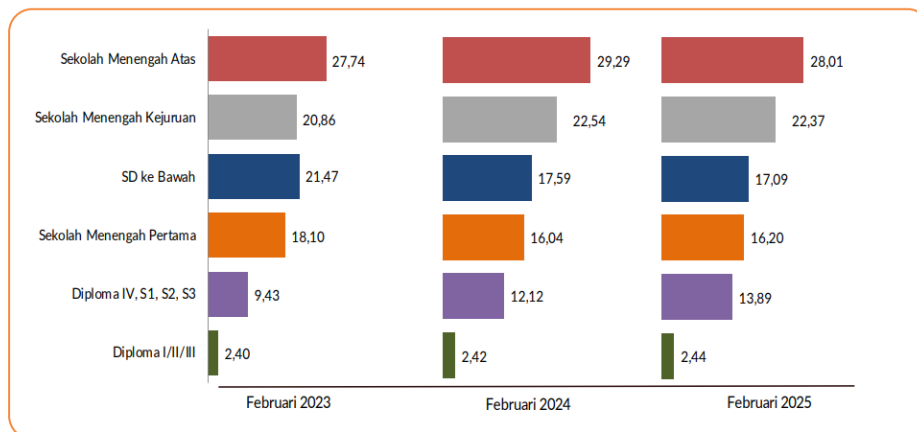
1. PENDAHULUAN

Latar belakang

Kewirausahaan merupakan pilar penting pembangunan ekonomi nasional karena menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan daya saing bangsa. Menurut Kuratko *et al.* (2021), peran wirausahawan tidak hanya menghasilkan keuntungan, mereka juga berkontribusi secara inovatif dan memberikan solusi untuk memenuhi kebutuhan sosial. Di era globalisasi, pengembangan kewirausahaan semakin dihargai karena memperkuat ketahanan struktur ekonomi negara.

Menurut Sugiarto dan Widjaja (2020), suatu negara dikatakan lebih makmur jika jumlah wirausahawannya minimal 2% dari total penduduk. Indonesia sebagai negara berkembang yang padat penduduk memiliki potensi kewirausahaan yang sangat besar. Jumlah wirausahawan yang besar akan mendorong pertumbuhan ekonomi dan mengurangi pengangguran. Data Badan Pusat

Statistik (2025) memperlihatkan data ketenagakerjaan Tingkat Pengangguran Terbuka di Indonesia menurun dari 5,45% menjadi 4,76%. Penurunan ini mencerminkan perbaikan ekonomi, namun penciptaan lapangan kerja perlu ditingkatkan seiring pertumbuhan angkatan kerja.



Gambar 1. Distribusi pengangguran berdasarkan pendidikan tertinggi
Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS) (2025)

Untuk mengurangi Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) pada generasi muda, pemerintah telah mengintegrasikan pendidikan kewirausahaan dalam kurikulum SMA untuk menumbuhkan *entrepreneurial mindset* sejak dini. Pendidikan kewirausahaan bertujuan untuk memberikan pengetahuan, serta membentuk sikap, motivasi, dan niat berwirausaha. Meskipun ada pendidikan kewirausahaan, tidak semua siswa SMA menunjukkan minat berwirausaha.

Menurut Untu dan Widjaja (2019), niat berwirausaha merupakan kebulatan tekad seseorang yang memotivasinya untuk memiliki suatu pencapaian yang tidak dapat diukur dalam menjadi seorang wirausaha atau untuk berwirausaha. Niat berwirausaha adalah kumpulan sikap, kemampuan, dan perilaku yang mendorong individu untuk mengidentifikasi peluang, keterampilan, dan kemampuan beradaptasi yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan kewirausahaan.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Mia *et al.* (2025) hasil dari uji hipotesis menunjukkan faktor psikologis seperti efikasi diri, motivasi, dan kecenderungan mengambil risiko berpengaruh signifikan terhadap niat berwirausaha. Kemudian proses kognitif seperti gaya pengambilan keputusan dan kemampuan pemecahan masalah juga berpengaruh signifikan terhadap niat berwirausaha. Hal ini menyatakan bahwa faktor psikologis dan proses kognitif menjadi faktor pendorong peningkatan niat berwirausaha.

Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Apakah faktor psikologis memiliki pengaruh terhadap niat berwirausaha pada siswa SMA di Jakarta Barat?
- Apakah proses kognitif memiliki pengaruh terhadap niat berwirausaha pada siswa SMA di Jakarta Barat?

Kajian teori

Penelitian ini mengacu pada *Theory of Planned Behavior* yang dikembangkan oleh Ajzen (1991). Teori ini menggambarkan perilaku seseorang ditentukan oleh niat berperilaku tersebut, dan niat

tersebut berasal dari tiga komponen utama: sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan tingkat kendali yang dirasakan atas perilaku. Ketiga faktor ini dapat memengaruhi keinginan seseorang, yang memberikan teori relevan tentang bagaimana individu membentuk niat kewirausahaan.

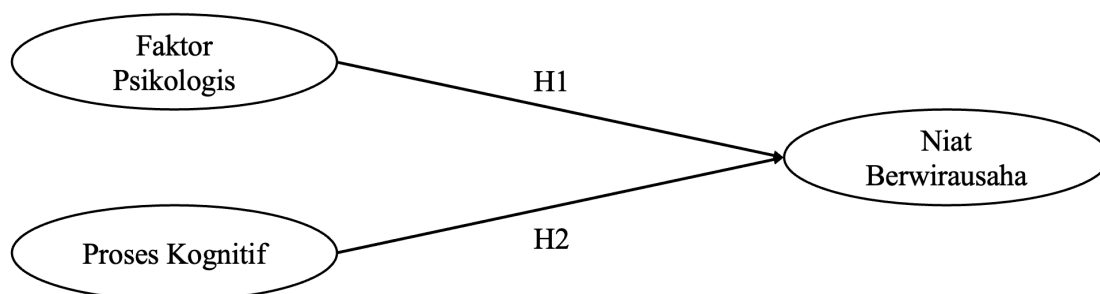
Teori ini juga merupakan dasar untuk mempelajari bagaimana faktor psikologis dan sosial memengaruhi keinginan seseorang untuk memulai bisnis dan berkomitmen padanya. Dalam praktiknya, teori ini sangat efektif dalam menjelaskan niat berwirausaha, terutama pada remaja dan dewasa muda. Variabel seperti sikap positif terhadap usaha, norma sosial yang mendukung, dan kontrol perilaku yang dirasakan, secara eksplisit tercakup dalam TPB yang menjadi prediktor kuat dalam menentukan niat seseorang untuk berwirausaha.

Kaitan antara faktor psikologis dan niat berwirausaha

Faktor psikologis terkait erat dengan *perceived behavioral control*, yaitu keyakinan individu atas kemampuannya untuk mengendalikan tindakan yang dibutuhkan dalam memulai usaha. Individu dengan efikasi diri tinggi lebih yakin dapat menghadapi ketidakpastian bisnis, sedangkan motivasi mendorong ketekunan, dan keberanian mengambil risiko membuat seseorang berani mengeksplorasi peluang baru. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Li (2021) mengungkapkan bahwa efikasi diri berhubungan kuat dengan niat kewirausahaan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Sadiyah & Solekah (2025) membuktikan motivasi dan kepercayaan diri secara simultan berpengaruh signifikan terhadap niat kewirausahaan. Berdasarkan penelitian oleh Gikunda & Miriti (2025) kecenderungan mengambil risiko memiliki efek positif dan signifikan secara statistik terhadap niat kewirausahaan.

Kaitan antara proses kognitif dan niat berwirausaha

Proses kognitif meliputi kemampuan pengambilan keputusan dan pemecahan masalah, yang berperan penting dalam pembentukan niat berwirausaha. Dalam konteks ini, proses kognitif memperkuat keyakinan individu untuk mampu memulai usaha dengan lebih rasional. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Mahfudz (2024), membuktikan pengambilan keputusan berpengaruh positif terhadap kesiapan berwirausaha. Menurut penelitian Botha & Taljaard (2021) menyimpulkan kemampuan kognitif, yang meliputi menyampaikan visi yang meyakinkan; pemecahan masalah kreatif; pengenalan peluang dan penilaian peluang, berkaitan dengan niat wirausaha bagi wirausaha pemula.



Gambar 2. Model penelitian

Berdasarkan model penelitian pada Gambar 2, maka rumusan hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1: Faktor psikologis memiliki pengaruh positif terhadap niat berwirausaha pada siswa SMA di Jakarta Barat.

H2: Proses kognitif memiliki pengaruh positif terhadap niat berwirausaha pada siswa SMA di Jakarta Barat.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan desain kuantitatif dengan pendekatan survei *cross-sectional*. Penelitian *cross-sectional* efektif digunakan ketika peneliti ingin memperoleh gambaran menyeluruh mengenai fenomena sosial dalam konteks tertentu, sekaligus menghemat biaya dan waktu. Desain ini relevan karena memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan data dari sejumlah sekolah dalam kurun waktu yang sama.

Pemilihan sampel dilakukan secara *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling* karena penelitian ini berfokus pada kriteria tertentu dalam menentukan subjek penelitian yang dianggap relevan dan representatif terhadap tujuan penelitian. Pengumpulan data dilakukan dengan membagikan kuesioner melalui Google Forms kepada siswa SMA dari sekolah swasta di Jakarta Barat. Jumlah sampel penelitian ini diperoleh sebanyak 267 responden.

Variabel penelitian ini terdiri dari 2 variabel independen berupa faktor psikologis dan proses kognitif, serta 1 variabel dependen berupa niat berwirausaha dengan total 26 indikator: 3 indikator efikasi diri, 5 indikator motivasi, 5 indikator kecenderungan mengambil risiko, 3 indikator gaya pengambilan keputusan, 5 indikator kemampuan pemecahan masalah, dan 5 indikator niat berwirausaha yang diukur menggunakan skala *likert* yang berkisar dari skor 1 (Sangat Tidak Setuju) hingga skor 5 (Sangat Setuju).

Tabel 1. Operasionalisasi variabel

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Kode	Sumber	
Faktor Psikologis	Efikasi Diri	Keyakinan mengenali peluang	FP1	Deliana (2023) dan Li (2021)	
		Percaya diri menyusun rencana usaha	FP2		
		Mengatasi hambatan	FP4		
	Motivasi	Kemandirian finansial	FP6	Lin <i>et al.</i> (2022)	
		Realisasi ideatau kreativitas	FP7		
		Membuka lapangan kerja	FP8		
		Kebebasan waktu	FP9		
		Pencapaian pribadi	FP10		
	Kecenderungan Mengambil Risiko	Berani mencoba usaha baru	FP11	Gikunda dan Miriti (2025), serta Kowang <i>et al.</i> (2021)	
		Tidak takut ketidakpastian	FP12		
		Investasi dengan hasil belum pasti	FP13		
		Terbuka terhadap tantangan	FP14		
		Keputusan cepat meski berisiko	FP15		
	Proses Kognitif	Gaya Pengambilan Keputusan	Pertimbangan alternatif	PK1	Chen <i>et al.</i> (2022)
			Prediksi konsekuensi	PK2	
Analisis rasional			PK3		
Kemampuan Pemecahan Masalah		Identifikasi masalah	PK6	Chen <i>et al.</i> (2022)	
		Solusi kreatif	PK7		
		Logika dalam penyelesaian masalah	PK8		
		Fleksibilitas mencari solusi	PK9		
		Keputusan cepat dalam situasi mendesak	PK10		
Niat Berwirausaha	Keinginan kuat		NB1	Ajzen (1991) dan Duong <i>et al.</i> (2022)	
	Rencana setelah sekolah		NB2		
	Preferensi berwirausaha		NB3		
	Pencarian informasi		NB4		
	Keyakinan masa depan		NB5		

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam pengolahan data menggunakan model *second order* reflektif. Data yang diperoleh dari Google Forms akan dilakukan analisis melalui dua tahap utama, yaitu analisis model pengukuran (*outer model*) yang terdiri dari pengujian validitas dan reliabilitas yang akan diuji sebanyak dua

kali, erta analisis model struktural (*inner model*) yang terdiri dari pengujian koefisien determinan, pengujian *predictive relevance*, pengujian *effect size*, pengujian *Goodness of Fit* yang dihitung secara manual, dan pengujian hipotesis menggunakan aplikasi SmartPLS 4.

Analisis *outer model* Uji validitas *first order*

Tabel 2. Hasil uji *Average Variance Extracted* (AVE)

Sumber: Hasil pengolahan data SmartPLS 4

Variabel	<i>Average Variance Extracted</i> (AVE)
Efikasi Diri	0,784
Motivasi	0,730
Kecenderungan Mengambil Risiko	0,718
Gaya Pengambilan Keputusan	0,776
Kemampuan Pemecahan Masalah	0,777

Tabel 3. Hasil uji *outer loadings*

Sumber: Hasil pengolahan data SmartPLS 4

Efikasi Diri		Motivasi		Kecenderungan Mengambil Risiko		Gaya Pengambilan Keputusan		Kemampuan Pemecahan Masalah	
FP1	0,868	FP6	0,867	FP11	0,839	PK1	0,886	PK6	0,888
FP2	0,899	FP7	0,791	FP12	0,827	PK2	0,875	PK7	0,897
FP4	0,890	FP8	0,853	FP13	0,853	PK3	0,881	PK8	0,872
		FP9	0,881	FP14	0,852			PK9	0,873
		FP10	0,879	FP15	0,864			PK10	0,877

Berdasarkan Tabel 2 dan Tabel 3, seluruh *item* dinyatakan memenuhi kriteria validitas konvergen karena memiliki nilai *outer loadings* > 0,7, dan nilai *Average Variance Extracted* (AVE) > 0,5.

Tabel 4. Hasil uji *cross loadings*

Sumber: Hasil pengolahan data SmartPLS 4

Indikator	Efikasi Diri	Motivasi	Kecenderungan Mengambil Risiko	Gaya Pengambilan Keputusan	Kemampuan Pemecahan Masalah
FP1	0,868	0,685	0,756	0,545	0,629
FP2	0,899	0,723	0,779	0,548	0,621
FP4	0,890	0,716	0,766	0,525	0,614
FP6	0,644	0,867	0,667	0,569	0,481
FP7	0,777	0,791	0,759	0,542	0,619
FP8	0,634	0,853	0,646	0,579	0,503
FP9	0,694	0,881	0,691	0,575	0,520
FP10	0,661	0,879	0,659	0,570	0,507
FP11	0,697	0,598	0,839	0,495	0,585
FP12	0,676	0,592	0,827	0,512	0,576
FP13	0,780	0,720	0,853	0,546	0,625
FP14	0,753	0,751	0,852	0,549	0,626
FP15	0,756	0,726	0,864	0,554	0,619
PK1	0,495	0,600	0,523	0,886	0,732
PK2	0,595	0,547	0,623	0,875	0,813
PK3	0,514	0,610	0,507	0,881	0,710
PK6	0,620	0,542	0,652	0,756	0,888
PK7	0,638	0,550	0,640	0,748	0,897
PK8	0,627	0,574	0,652	0,747	0,872
PK9	0,613	0,527	0,635	0,770	0,873
PK10	0,593	0,527	0,578	0,751	0,877

Tabel 5. Hasil uji Fornell-Larcker *criterion*
Sumber: Hasil pengolahan data SmartPLS 4

Variabel	Efikasi Diri	Gaya Pengambilan Keputusan	Kecenderungan Mengambil Risiko	Kemampuan Pemecahan Masalah	Motivasi
Efikasi Diri	0,886				
Gaya Pengambilan Keputusan	0,609	0,881			
Kecenderungan Mengambil Risiko	0,866	0,628	0,847		
Kemampuan Pemecahan Masalah	0,702	0,856	0,716	0,881	
Motivasi	0,800	0,664	0,803	0,617	0,855

Berdasarkan Tabel 4 dan Tabel 5, dapat disimpulkan bahwa dimensi variabel pada penelitian ini dinyatakan valid dan lulus dari uji validitas diskriminan, karena seluruh nilai *cross loadings* pada setiap dimensi lebih besar dibandingkan nilai *cross loadings* lainnya, serta nilai Fornell-Larcker *criterion* setiap dimensi lebih besar korelasinya dibandingkan dengan dimensi lainnya.

Uji reliabilitas *first order*

Tabel 6. Hasil uji *Cronbach's alpha* dan *composite reliability*
Sumber: Hasil pengolahan data SmartPLS 4

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>
Efikasi Diri	0,862	0,916
Motivasi	0,907	0,931
Kecenderungan Mengambil Risiko	0,902	0,927
Gaya Pengambilan Keputusan	0,855	0,912
Kemampuan Pemecahan Masalah	0,928	0,946

Berdasarkan hasil dari uji reliabilitas pada Tabel 6, nilai dari masing-masing dimensi menunjukkan angka di atas 0,7. Hal ini menunjukkan bahwa setiap dimensi telah lulus dari uji reliabilitas dan dapat diterima dengan baik.

Uji validitas *second order*

Tabel 7. Hasil uji *Average Variance Extracted* (AVE)
Sumber: Hasil pengolahan data SmartPLS 4

Variabel	<i>Average Variance Extracted</i> (AVE)
Niat Berwirausaha	0,720
Faktor Psikologis	0,882
Proses Kognitif	0,928

Tabel 8. Hasil uji *outer loadings*
Sumber: Hasil pengolahan data SmartPLS 4

Indikator	<i>Outer Loadings</i>
KPM	0,969
GPK	0,957
KMR	0,952
ED	0,947
M	0,918
NB1	0,844
NB2	0,862
NB3	0,833
NB4	0,849
NB5	0,856

Berdasarkan Tabel 7 dan Tabel 8, dapat disimpulkan bahwa seluruh *item* yang mengukur variabel dinyatakan valid dan memenuhi kriteria validitas konvergen, karena semua indikator memiliki nilai *outer loadings* > 0,7, dan semua variabel memiliki nilai *Average Variance Extracted* (AVE) > 0,5.

Tabel 9. Hasil uji *cross loadings*
Sumber: Hasil pengolahan data SmartPLS 4

Indikator	Faktor Psikologis	Proses Kognitif	Niat Berwirausaha
KMR	0,952	0,701	0,732
ED	0,947	0,684	0,671
M	0,918	0,663	0,627
KPM	0,724	0,969	0,672
GPB	0,673	0,957	0,571
NB1	0,638	0,523	0,844
NB2	0,623	0,565	0,862
NB3	0,573	0,543	0,833
NB4	0,618	0,561	0,849
NB5	0,614	0,564	0,856

Tabel 10. Hasil uji Fornell-Larcker *criterion*
Sumber: Hasil pengolahan data SmartPLS 4

Variabel	Faktor Psikologis	Niat Berwirausaha	Proses Kognitif
Faktor Psikologis	0,939		
Niat Berwirausaha	0,723	0,849	
Proses Kognitif	0,727	0,649	0,963

Tabel 11. Hasil uji *Heterotrait-Monotrait* (HTMT)
Sumber: Hasil pengolahan data SmartPLS 4

Variabel	Faktor Psikologis	Niat Berwirausaha	Proses Kognitif
Faktor Psikologis			
Niat Berwirausaha	0,785		
Proses Kognitif	0,782	0,707	

Berdasarkan hasil uji dalam Tabel 9, Tabel 10, dan Tabel 11, dapat disimpulkan bahwa variabel pada penelitian ini dinyatakan valid dan lulus dari uji validitas diskriminan, karena seluruh nilai *cross loadings* pada setiap dimensi lebih besar dibandingkan nilai *cross loadings* lainnya, nilai Fornell-Larcker *criterion* tiap dimensi lebih besar korelasinya dibandingkan dengan dimensi lainnya, serta nilai pada setiap konstruk atau variabel laten memiliki nilai *heterotrait-monotrait* (HTMT) < 0,9.

Uji reliabilitas *second order*

Tabel 12. Hasil uji *Cronbach's alpha* dan *composite reliability*
Sumber: Hasil pengolahan data SmartPLS 4

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>
Faktor Psikologis	0,933	0,957
Niat Berwirausaha	0,903	0,928
Proses Kognitif	0,922	0,962

Berdasarkan hasil dari uji reliabilitas pada Tabel 12, nilai dari masing-masing variabel menunjukkan angka di atas 0,7. Hal ini menunjukkan bahwa setiap variabel telah lulus dari uji reliabilitas dan dapat diterima dengan baik.

Analisis inner model**Uji koefisien determinasi (R^2) dan *predictive relevance* (Q^2)**Tabel 13. Hasil uji koefisien determinasi dan *predictive relevance*

Sumber: Hasil pengolahan data SmartPLS 4

Variabel	<i>R-Square</i>	<i>Q-Square</i>
Niat Berwirausaha	0,555	0,528

Berdasarkan Tabel 13, nilai R^2 variabel niat berwirausaha berada di angka 0,555 atau 55,5%. Hasil ini mengartikan bahwa sebesar 55,5% variabel dependen yaitu niat berwirausaha dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu faktor psikologis dan proses kognitif. Kemudian, nilai Q^2 pada variabel niat berwirausaha menunjukkan angka 0,528 dimana hasil ini > 0 sehingga dapat disimpulkan bahwa model penelitian ini dapat memprediksi variabel dependen dengan baik.

Uji effect sizeTabel 14. Hasil uji *effect size*

Sumber: Hasil pengolahan data SmartPLS 4

Variabel	<i>f-square</i>
Faktor Psikologis → Niat Berwirausaha	0,300
Proses Kognitif → Niat Berwirausaha	0,073

Berdasarkan Tabel 14, hasil uji f^2 menunjukkan variabel faktor psikologis memiliki pengaruh yang sedang terhadap niat berwirausaha yaitu sebesar 0,300. Dan variabel proses kognitif memiliki pengaruh yang kecil terhadap niat berwirausaha yaitu sebesar 0,073.

Uji Goodness of Fit (GoF)

Perhitungan GoF dilakukan secara manual yang melibatkan nilai *Average Variance Extracted* (AVE) dan R^2 . Perhitungan GoF adalah sebagai berikut:

$$AVE = (0,720 + 0,882 + 0,928) / 3 = 0,843$$

$$\begin{aligned} \text{GoF} &= \sqrt{AVE \times R^2} \\ &= \sqrt{0,843 \times 0,555} \\ &= 0,684 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan di atas, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini memiliki interpretasi nilai *Goodness of Fit* (GoF) yang besar (*large*), yaitu sebesar 0,684.

Uji hipotesis

Tabel 15. Hasil uji hipotesis

Sumber: Hasil pengolahan data SmartPLS 4

Variabel	<i>Original Sample</i>	<i>T statistics</i>	<i>P values</i>
Faktor Psikologis → Niat Berwirausaha	0,532	4,390	0,000
Proses Kognitif → Niat Berwirausaha	0,262	2,236	0,025

Berdasarkan Tabel 15, faktor psikologis berpengaruh signifikan terhadap niat berwirausaha sebesar (0,532) dengan nilai *t-statistics* sebesar ($4,390 > 1,96$) dan *p-value* sebesar ($0,000 < 0,05$).

Hal ini dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama dengan rumusan faktor psikologis berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha dan tidak ditolak atau dengan kata lain H_{a1} diterima. Proses kognitif juga berpengaruh signifikan terhadap niat berwirausaha sebesar (0,262) dengan nilai t-statistics sebesar ($2,236 > 1,96$) dan nilai p-value sebesar ($0,025 < 0,05$). Hal ini dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua dengan rumusan proses kognitif berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha dan tidak ditolak atau dengan kata lain H_{a2} diterima.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan penelitian dan pengujian yang telah dilakukan dan dijelaskan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa (1) faktor psikologis memiliki pengaruh positif dan juga signifikan terhadap niat berwirausaha pada siswa SMA di Jakarta Barat. (2) proses kognitif memiliki pengaruh positif dan juga signifikan terhadap niat berwirausaha pada siswa SMA di Jakarta Barat.

Penelitian ini diharapkan dapat membantu penelitian selanjutnya dalam memperluas cakupan penelitian dengan melibatkan responden dari berbagai daerah atau jenjang pendidikan. Penelitian selanjutnya juga diharapkan dapat mengganti atau menambah variabel seperti faktor lingkungan, pengalaman kewirausahaan, atau dukungan orang tua untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif.

Ucapan terima kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Tarumanagara yang telah mendukung penyelesaian penelitian ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, terutama kepada para siswa Jakarta Barat yang telah berpartisipasi sebagai responden dalam penelitian ini.

REFERENSI

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Botha, M., & Taljaard, A. (2021). Exploring the entrepreneurial intention-competency model for nascent entrepreneurs: Insights from a developing country context. *Frontiers in Psychology*, 12, 516120. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.516120>
- Chen, S., Shen, W., Tan, X., & Liu, R. (2022). From entrepreneurial cognition to entrepreneurial intention and behavior: The case of higher educational institutions in China. *Frontiers in Psychology*, 13, 1045050. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.1045050>
- Deliana, Y. (2023). Self-efficacy as a factor of entrepreneurial intention. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences*, 5(4), 2573-2580. <http://dx.doi.org/10.34007/jehss.v5i4.1758>
- Duong, C. D., Ha, N. T., Le, T. L., Nguyen, T. L. P., Nguyen, T. H. T., & Pham, T. V. (2022). Moderating effects of Covid-19-related psychological distress on the cognitive process of entrepreneurship among higher education students in Vietnam. *Higher Education, Skills and Work-Based Learning*, 12(5), 944-962. <https://doi.org/10.1108/HESWBL-01-2022-0006>
- Gikunda, K. K., & Miriti, G. M. (2025). Effect of Risk-Taking Propensity on Entrepreneurial Intentions among Students Undertaking Entrepreneurial Course in Universities in Meru and Tharaka Nithi Counties. *International Journal of Research and Innovation in Social Science*, 243-250. <https://dx.doi.org/10.47772/IJRISS.2025.9010023>
- Kowang, T. O., Apandi, S. Z. B. A., Hee, O. C., Fei, G. C., Saadon, M. S. I., & Othman, M. R. (2021). Undergraduates entrepreneurial intention: Holistic determinants matter. *International Journal of Evaluation and Research in Education*, 10(1), 57–64. <https://doi.org/10.11591/ijere.v10i1.20733>

- Kuratko, D. F., Fisher, G., & Audretsch, D. B. (2021). Unraveling the entrepreneurial mindset. *Small Business Economics*, 57, 1681–1690. <https://doi.org/10.1007/s11187-020-00372-6>
- Li, S. (2021). Research on the Relationship between Entrepreneurial Self-Efficacy and Entrepreneurial Intention. *Proceedings of Business and Economic Studies*, 4(6), 46–52. <https://doi.org/10.26689/pbes.v4i6.2829>
- Lin, M. L., Yu, T. K., & Sadat, A. M. (2022). The psychological motivations to social innovation and transmitting role of social worth. *Frontiers in psychology*, 13, 850783. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.850783>
- Mahfudz, M. F. M. (2024). Pengaruh decision making skill dan communication skill terhadap kesiapan berwirausaha bidang teknik elektro di era global pada mahasiswa departemen teknik elektro dan informatika universitas negeri malang./Muhammad Faizzudin Mahfudz (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Malang).
- Mia, M. M., Rahman, M. A., Ahmed, S. F., Iqbal, M. M., & Khan, M. S. (2025). Entrepreneurial intention: The role of psychological factors and cognitive processes in entrepreneurship. *Revista de Gestão*, 32(1), 19–37. <https://doi.org/10.1108/REG-02-2024-0013>
- Sadiyah, N., & Solekah, N. A. (2025). Gen Z Entrepreneurial Intention: Role of Knowledge, Motivation, and Self Confidence. *International Journal of Economic Literature*, 3(6), 858–870.
- Sugiarto, D., & Widjaja, O. H. (2020). Pengaruh emotional intelligence dan attitude terhadap entrepreneurial intention pada mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Tarumanagara. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 2(2), 553–560. <https://doi.org/10.24912/jmk.v2i2.7949>
- Untu, Y. I., & Widjaja, O. H. (2019). Pengaruh need for achievement dan self-efficacy terhadap entrepreneurial intention pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 1(2), 374–382. <https://doi.org/10.24912/jmk.v1i2.5098>