



**UNTAR**

FAKULTAS  
EKONOMI & BISNIS

# Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan



VOLUME 5/04/Oktober/2023

## DAFTAR ISI

PENGARUH KEPEMIMPINAN DAN PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN TERHADAP <i>BUSINESS PERFORMANCE</i> Albet Donova, Oey Hannes Widjaja	829-837
PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, LIKUIDITAS, DAN PROFITABILITAS TERHADAP STRUKTUR MODAL PERBANKAN TAHUN 2017-2021 Aldo Chandra, Ignatius Roni Setyawan	838-847
PENGARUH GAYA KEPEMIMPINAN, MOTIVASI KERJA, BUDAYA ORGANISASI TERHADAP KEPUASAN KERJA KARYAWAN Anastasia Devindra Mulyono, Sanny Ekawati	848-856
PENGARUH <i>OVERCONFIDENCE</i> , <i>REPRESENTATIVENESS</i> , DAN <i>HERDING BEHAVIOR</i> TERHADAP KEPUTUSAN INVESTASI SAHAM GENERASI MILENIAL DI JAKARTA Andrea Carolina, Hendra Wiyanto	857-866
PENGARUH EFIKASI DIRI, PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN, MOTIVASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KEBERHASILAN USAHA UMKM F&B DI JAKARTA BARAT Anthony Irwanto, Mei Ie	867-874
PENGARUH CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK DIMEDIASI OLEH PERSEPSI HARGA DI PT SHOPEE INTERNATIONAL INDONESIA Brayn Lie, M. Tony Nawawi	875-881
PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN, ORIENTASI PASAR DAN INOVASI TERHADAP KINERJA UMKM BIDANG FASHION Catherine Daniella, Louis Utama	882-890
PENGARUH LINGKUNGAN KERJA, GAYA KEPEMIMPINAN, DAN BUDAYA ORGANISASI TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA PT CINSEER KREASI INDONESIA DI PLUIT JAKARTA UTARA Cindy Dian Lestari, Kurniati W. Andani	891-896
PENGARUH <i>BRAND COMMUNICATION</i> , <i>BRAND IMAGE</i> TERHADAP <i>BRAND LOYALTY</i> PENGGUNA LAPTOP JAKARTA <i>BRAND TRUST</i> SEBAGAI MEDIASI Dania Arfilla Sutrisno, Frangky Slamet	897-906
PERAN KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN KESADARAN MEREK TERHADAP MINAT BELI ULANG PELANGGAN MAKANAN ANJING Denise Komaludin, Cokki	907-916

FAKTOR-FAKTOR PENENTU <i>PURCHASE DECISION</i> PELANGGAN SHOPEE DI JAKARTA BARAT Elsa Amanda, Carunia Mulya Firdausy	917-926
PENGARUH <i>CUSTOMER BRAND ENGAGEMENT</i> TERHADAP <i>BRAND LOYALTY</i> DENGAN <i>BRAND TRUST</i> SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PENUMPANG MASKAPAI PENERBANGAN SUPER AIR JET Elvira, Herlina Budiono	927-934
ANALISIS <i>GROWTH, LEVERAGE, LIQUIDITY, PROFITABILITY</i> YANG MEMPENGARUHI KEBIJAKAN DIVIDEN PADA SUBSEKTOR PERBANKAN TAHUN 2015-2021 Evander Hendri, Sawidji Widoatmodjo	935-943
PENGARUH SIKAP KEPERIBADIAN DAN PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN TERHADAP INTENSI WIRAUSAHA MAHASISWA UNIVERSITAS SWASTA Excel Wong, Ida Puspitowati	944-952
TANGGUNG JAWAB SOSIAL DAN VIRUS CORONA TERHADAP KEBERLANJUTAN PERUSAHAAN MAKANAN DI INDONESIA Ignatius Shivas Tjong, Nuryasman MN	953-960
PENGARUH PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN, DUKUNGAN SOSIAL, DAN EFIKASI DIRI TERHADAP INTENSI BERWIRAUSAHA MAHASISWA DI JAKARTA Jason Tanumihardja, Frangky Slamet	961-970
FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BERWIRAUSAHA GENERASI Z DI JAKARTA Jefry, Lydiawati Soelaiman	971-978
PENGARUH <i>BRAND IMAGE</i> DAN <i>BRAND PERSONALITY</i> TERHADAP <i>BRAND LOYALTY</i> DENGAN <i>BRAND TRUST</i> SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PELANGGAN THE BODY SHOP DI JAKARTA Jennifer Dinata, Carunia Mulya Firdausy	979-988
PENGARUH LINGKUNGAN, ORANG TUA PANUTAN, DUKUNGAN TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA UNIVERSITAS TARUMANAGARA Jessica Rusly, Ida Puspitowati	989-996
PENGUJIAN PENGARUH <i>INVESTMENT OPPORTUNITY</i> TERHADAP <i>ECONOMIC VALUE ADDED, RETURN ON ASSETS</i> DAN <i>RETURN ON EQUITY</i> DALAM PENILAIAN KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN Jovan Clement Young, RR. Kartika Nuringsih	997-1007

PENGARUH PROMOSI JABATAN DAN KOMITMEN ORGANISASI TERHADAP KINERJA KARYAWAN Justine Samantha, I Gede Adiputra	1008-1016
PENGARUH PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN DAN PENGALAMAN KERJA TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA UNIVERSITAS TARUMANAGARA Kevin Lim, Oey Hannes Widjaja	1017-1024
PERBANDINGAN PENGARUH PENDUKUNG SELEBRITI KEANUE DAN ANGGUN TERHADAP NIAT PEMBELIAN SAMPO PANTENE Leni Faroka Gunardi, Cokki	1025-1033
PENGARUH GAYA KEPEMIMPINAN, MOTIVASI KERJA, DAN DISIPLIN KERJA TERHADAP KEPUASAN KERJA KARYAWAN (STUDI KASUS PT PERFERCT COMPANION INDONESIA) Lia Fransisca, M. Tony Nawawi	1034-1042
PENGARUH KREDIBILITAS DAN CITRA <i>INFLUENCER</i> PADA KONSUMEN SCARLETT <i>PURCHASE INTENTION</i> Louis Geraldi, Hetty Karunia Tunjungsari	1043-1050
Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Cash Holding</i> pada Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi Risma Wulan Safitri, Ignatius Roni Setyawan	1051-1061
PENGARUH PENGEMBANGAN SDM DAN GAYA KEPEMIMPINAN TERHADAP KINERJA PADA PT. TANIHUB INDONESIA JAKARTA Stanley Wijaya, Kurniati W. Andani	1062-1070
PENGARUH KEPERIBADIAN, MOTIVASI, DAN PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN TERHADAP NIAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA UNIVERSITAS TARUMANAGARA Steven, Oey Hannes Widjaja	1071-1079
FAKTOR YANG MEMPENGARUHI <i>CUSTOMER SATISFACTION</i> DAN DAMPAKNYA TERHADAP <i>INTENTION TO SPREAD POSITIVE WOM KEREN COFFEE</i> Steven Setiadi, Tommy Setiawan Ruslim	1080-1090
FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI LOYALITAS NASABAH DENGAN MEDIASI KEPUASAN NASABAH PADA PT BANK SEABANK INDONESIA Viona Lisa, Frangky Selamat	1091-1097

# PENGARUH KEPRIBADIAN, MOTIVASI, DAN PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN TERHADAP NIAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA UNIVERSITAS TARUMANAGARA

Steven<sup>1</sup>, Oey Hannes Widjaja<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara Jakarta  
Email: steven.115190042@untar.ac.id

<sup>2</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara Jakarta\*  
Email: hannesw@fe.untar.ac.id

\*Penulis Korespondensi

Masuk: 19-01-2023, revisi: 13-07-2023, diterima untuk diterbitkan: 11-09-2023

---

## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kepribadian, motivasi, dan Pendidikan kewirausahaan terhadap niat berwirausaha mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas tarumanagara. Sampel penelitian ini adalah mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas tarumanagara. Sampel dipilih dengan metode *purposive sampling* berjumlah 100 responden. Kuesioner disebar secara *online* dengan menggunakan *google form*. Hasil data yang diperoleh lalu diolah menggunakan *SmartPLS 4*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Kepribadian berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha, motivasi tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha, dan Pendidikan kewirausahaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha.

**Kata kunci:** kepribadian, motivasi, pendidikan kewirausahaan, niat berwirausaha

## ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of personality, motivation, and entrepreneurship education on the entrepreneurial intentions of students of the Faculty of Economics and Business, Tarumanagara University. The sample of this research is students of the Faculty of Economics and Business, Tarumanagara University. The sample was selected by purposive sampling method amounting to 100 respondents. Questionnaires were distributed online using the Google form. The results of the data obtained were then processed using SmartPLS 4. The results of this study showed that personality had a positive and significant effect on entrepreneurial intentions, motivation had no positive and significant effect on entrepreneurial intentions, and entrepreneurship education had a positive and significant effect on entrepreneurial intentions.

**Keywords:** personality, motivation, entrepreneurship education, entrepreneurial intentions

## 1. PENDAHULUAN

### Latar belakang

Saat ini, masalah pengangguran semakin diperbincangkan oleh warga Indonesia. Perihal ini, penyebab utamanya adalah terkait situasi Covid-19 serta keterbatasan peluang kegiatan yang ada. Keterbatasan peluang kegiatan itu dapat dirasakan oleh siapa saja, paling utama pada mahasiswa serta alumni mahasiswa yang lagi mencari pekerjaan sehabis lulus dari Universitas Tarumanagara. Dalam upaya pencegahan penularan pandemi, banyak perusahaan, pabrik, toko, hingga UMKM menghentikan sebagian atau seluruh aktivitasnya, sehingga mengakibatkan angka tingkat pengangguran meningkat.

Berdasarkan data yang diambil dari harian Kompas melalui badan pusat statistik menunjukkan bahwa pada Agustus 2020, setidaknya terdapat 981.203 sarjana lulusan perguruan tinggi baik negeri maupun swasta yang menganggur. Pada Februari 2021 jumlah sarjana lulusan perguruan tinggi baik negeri maupun swasta yang menganggur meningkat menjadi 999.543 orang. Bila dibandingkan data tersebut, banyak sarjana yang menjadi pengangguran karena mereka terpaksa menjadi pekerja, bukan membuat lapangan pekerjaan dan jumlah pengangguran di Indonesia mengalami kenaikan yang cukup signifikan.

Laju perubahan yang cepat dan perkembangan teknologi yang cepat, globalisasi ekonomi, sirkulasi bebas dan liberalisasi pasar tenaga kerja telah menyebabkan perubahan besar yang kompleks dan transformasi yang tidak dapat diubah pada tingkat ekonomi sosial dan struktural. Salah satu jalan keluar untuk mengurangi pengangguran adalah dengan menumbuhkan jiwa wirausaha kepada lulusan perguruan tinggi agar diharapkan dapat menjadi seorang wirausaha yang terdidik dan mampu membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat Indonesia. Pendidikan wirausaha dapat menjadi sebuah solusi ataupun alternatif untuk dapat menurunkan tingkat pengangguran di Indonesia pada saat ini.

Peningkatan intensi berwirausaha menjadi bagian dari tugas perguruan tinggi untuk mencetak lulusan yang sudah siap menjalankan kegiatan kewirausahaan. Banyak penelitian yang berfokus pada intensi berwirausaha sebagai prediktor terbaik perilaku individu yang berwirausaha (Soelaiman, 2022). Pendidikan kewirausahaan dapat menjadi sebuah solusi untuk dapat menurunkan tingkat pengangguran di Indonesia pada saat ini. Dengan demikian, pentingnya wirausaha di Indonesia ini yaitu antara lain: meningkatkan pertumbuhan ekonomi, menambah pendapatan negara Indonesia dan dapat menciptakan perubahan sosial, seiring berkembangnya zaman atau globalisasi kewirausahaan ini semakin disorot menjadi pusat perhatian dalam menghadapi tantangan perekonomian dalam perkembangan globalisasi (Mahanni dan Sari, 2017). Berdasarkan hal tersebut, pendidikan kewirausahaan harus mulai merata di seluruh jenjang pendidikan di Indonesia karena dengan adanya pendidikan kewirausahaan ini nantinya diharapkan agar didikan dan ilmu ini mampu memberikan sebuah semangat dan meningkatkan kesadaran mahasiswa untuk mengejar karir kewirausahaan. Memfokuskan anak muda terutama yang berpendidikan karena pada generasi muda lebih memuat banyak ide kreatif sehingga dapat mengkonversikan ide tersebut ke dalam suatu bisnis yang menguntungkan semua pihak baik dalam mengurangi pengangguran di angkatan kerja produktif maupun dalam meningkatkan perkembangan ekonomi nasional (Kesrasetda, 2020).

Mahasiswa dapat melihat seberapa besar mereka ingin menjadi seorang wirausaha dan bagaimana kemampuan yang mereka miliki yang juga dapat dilihat dari kepribadian mahasiswa, seberapa besar motivasi mahasiswa dan betapa pentingnya pendidikan kewirausahaan untuk menjadi seorang wirausaha. Motivasi dan kepribadian adalah faktor penting yang perlu agar pengambilan keputusan untuk menjadi wirausaha dapat dipertimbangkan dengan baik dan benar. Dalam Pendidikan berwirausaha sangat penting untuk mahasiswa dalam membentuk karakter dan jiwa wirausaha dan pembekalan kompetensi menjadi seorang wirausaha. Dalam riset Pengaruh Kepribadian, Motivasi, dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Niat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara dikarenakan lokasi universitas Tarumanagara dekat dengan domisili peneliti sehingga mudah akses untuk meneliti lebih dalam lagi permasalahan yang akan dilakukan dan semakin sering peneliti berkunjung ke tempat penelitian maka hasil yang akan didapat akan lebih maksimal. Serta dana penelitian semakin jauh tempat penelitian maka semakin besar dana yang peneliti keluarkan sehingga peneliti memilih tempat penelitian di Universitas Tarumanagara.

## Rumusan masalah

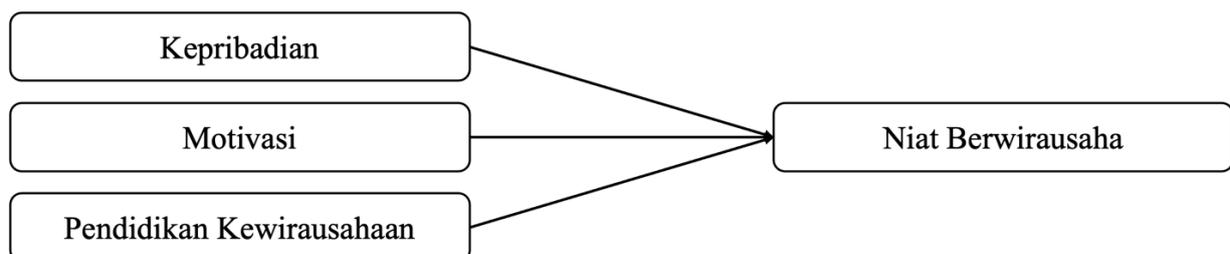
Berdasarkan pembahasan pada latar belakang, penelitian ini terdapat tiga rumusan masalah yang ditentukan untuk diuji secara empiris yaitu Pengaruh Kepribadian, Motivasi dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Niat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.

## 2. METODE PENELITIAN

Desain Penelitian merupakan selengkap tata cara serta metode buat menganalisa serta mengakulasi informasi buat memastikan variabel yang hendak jadi poin riset yang mencampurkan tiap bagian riset dengan cara analitis alhasil bisa menganalisa serta memastikan fokus riset jadi lebih efisien serta efektif. Konsep riset ialah konsep hal totalitas cara yang dibutuhkan dalam pemrograman serta penerapan riset (Silaen, 2018). Dalam riset ini, metode penelitian yang digunakan adalah secara kuantitatif. Desain penelitian yang sesuai dengan namanya, banyak dituntut memakai angka, mulai dari pengumpulan informasi, artikulasi informasi itu, dan performa hasilnya (Arikunto, 2019). Dalam pengumpulan informasi riset ini memakai kuesioner serta memakai skala likert.

Populasi merupakan area abstraksi (sesuatu golongan) yang terdiri dari subjek ataupun objek yang mempunyai mutu serta karakter khusus yang diresmikan oleh periset buat dipelajari serta setelah itu ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2018). Populasi dalam riset ini merupakan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara. Pada riset ini teknik yang dipakai buat penentuan ilustrasi dicoba dengan memakai tata cara *Non-probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*. *Non-probability sampling* merupakan metode pengumpulan ilustrasi yang tidak berikan peluang serupa untuk tiap badan populasi buat diseleksi jadi ilustrasi (Sugiyono, 2017).

Pendekatan *purposive sampling* adalah metode determinasi ilustrasi dengan estimasi khusus (Sugiyono, 2017). Dalam estimasi khusus ilustrasi didapat dari mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara. Ukuran sampel merupakan jumlah subjek yang dibutuhkan dalam suatu riset yang ialah poin berarti dari suatu riset sebab memastikan akurasi, estimasi serta konsistensi mengenai anggapan yang dicoba. Ukuran sampel menunjukkan jumlah sampel yang digunakan. Ukuran sampel yang pantas dalam riset merupakan antara 30 responden hingga dengan 500 responden merupakan jumlah yang pas buat mayoritas periset, kemudian bila sampel dipecah ke dalam *subsample* hingga ukuran sampel dengan jumlah minimal 30 buat tiap jenis merupakan pas (Sugiono, 2018). Cocok dengan metode penentuan sampel serta ukuran sampel yang telah dipaparkan diatas, dengan populasi yang hendak dipakai, hingga banyaknya jumlah responden yang hendak dipakai di dalam riset ini sebesar 100 Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan bisnis yang disebarakan langsung lewat *Google Form* di Universitas Tarumanagara. Estimasi dicoba dengan tujuan buat mendapatkan informasi ataupun data dengan cara lebih besar, rinci serta mendalam alhasil pengarang memperoleh bukti yang berarti serta global.



Gambar 1. Metode penelitian

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini informasi yang dipakai serta didapat dari hasil balasan kuesioner yang dicoba oleh 100 responden yang memuat angket. kuesioner ini disebarakan pada mahasiswa Universitas Tarumanagara Fakultas Ekonomi dan Bisnis dengan cara *online* dengan memakai bantuan *Google Form* yang disebarakan lewat Whatsapp, Line, Instagram, serta sebagian alat sosial yang yang lain. Selanjutnya berikut karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, umur, dan konsentrasi. Data diolah menggunakan perangkat lunak SmartPLS 4 dengan analisis data, seperti uji validitas dan reliabilitas; Uji signifikan t.

#### Analisis validitas

Instrumen yang *valid* berarti perlengkapan ukur yang dipakai buat mengukurnya valid. Bagi Sugiyono (2019) hasil riset yang dibilang *valid* apabila ada kecocokan antara informasi yang digabungkan dengan informasi yang sesungguhnya terjalin pada subjek riset. Sesuatu angket dibilang *valid* bila pertanyaan- pertanyaan dalam angket bisa mengatakan sesuatu yang diukur oleh angket itu. Tujuan percobaan validitas merupakan buat mengenali sepanjang mana akurasi antara informasi yang sebetulnya terjalin pada subjek dengan informasi yang dilaporkan oleh periset. Pengetesan anggapan dalam riset ini memakai tata cara *Partial Least Square* (PLS). PLS ialah tata cara pengganti analisa dengan *Structural Equation Modelling* (SEM) yang ber-platform *variance*. Kelebihan tata cara ini merupakan tidak membutuhkan anggapan serta bisa dievaluasi dengan jumlah sampel yang relatif kecil. Perlengkapan tolong yang dipakai berbentuk program SmartPLS 4.0 yang didesain spesial buat mengestimasi pertemuan sistemis dengan dasar *variance*. Buat mengukur keabsahan, hingga wajib mencoba ikatan dari ikatan dampingi variabel antara lain: *Discriminant Validity* serta *Average Variance Extracted* (AVE) dengan angka AVE yang diharapkan 0,5 (Andreas wijaya, 2019). Ketetapan *valid* ataupun tidak sesuatu item bisa dikenal dengan metode mengkorelasikan antara skor butir dengan angka keseluruhan, apabila hubungan  $r$  diatas 0,05 hingga bisa disimpulkan kalau *instrument* butir itu *valid* (Sugiyono, 2019).

Tabel 1. *Outer loadings*  
Sumber: Hasil olah data penulis (SmartPLS 4)

Indikator	Kepribadian	Motivasi	Pendidikan kewirausahaan	Niat berwirausaha
K1	0,830			
K3	0,805			
K4	0,852			
K5	0,757			
M1		0,820		
M2		0,820		
M3		0,733		
M4		0,801		
M5		0,722		
PK1			0,761	
PK2			0,819	
PK3			0,904	
PK4			0,868	
PK5			0,812	
NB1				0,803
NB2				0,872
NB3				0,786
NB4				0,862
NB5				0,840

Dalam hasil nilai data penelitian dapat dilihat semua nilai yang merupakan hasil dari olah data menunjukkan satu variabel yang tidak memenuhi nilai standard di atas 0,7 dalam penelitian ini variabel yang tidak memenuhi nilai standar dihapus

Tabel 2. *Discriminant validity (cross loading)*

Sumber: Hasil olah data penulis (SmartPLS 4)

Indikator	Kepribadian	Motivasi	Pendidikan kewirausahaan	Niat berwirausaha
K1	<b>0,830</b>	0,663	0,606	0,659
K3	<b>0,805</b>	0,660	0,546	0,591
K4	<b>0,852</b>	0,670	0,691	0,650
K5	<b>0,757</b>	0,591	0,481	0,536
M1	0,729	<b>0,820</b>	0,667	0,696
M2	0,538	<b>0,820</b>	0,522	0,472
M3	0,525	<b>0,733</b>	0,505	0,495
M4	0,699	<b>0,801</b>	0,612	0,661
M5	0,549	<b>0,722</b>	0,511	0,361
PK1	0,508	0,623	<b>0,761</b>	0,665
PK2	0,673	0,634	<b>0,819</b>	0,669
PK3	0,639	0,659	<b>0,904</b>	0,789
PK4	0,597	0,545	<b>0,868</b>	0,685
PK5	0,586	0,600	<b>0,812</b>	0,690
NB1	0,659	0,579	0,692	<b>0,803</b>
NB2	0,636	0,649	0,724	<b>0,872</b>
NB3	0,481	0,488	0,551	<b>0,786</b>
NB4	0,691	0,649	0,826	<b>0,862</b>
NB5	0,640	0,609	0,668	<b>0,840</b>

Berdasarkan Tabel 2 yang menunjukkan hasil analisis *cross-loadings*, dapat disimpulkan bahwa nilai *cross-loadings* dari setiap indikator memiliki nilai yang lebih besar dibandingkan dengan nilai indikator variabel lain dan dapat diasumsikan bahwa indikator tersebut sesuai mengukur variabel terkait, karena telah memenuhi kriteria *cross-loadings*.

Tabel 3. *Discriminant validity (Fornell-Lacker Criterion)*

Sumber: Hasil olah data penulis (SmartPLS 4)

	Kepribadian	Motivasi	Niat Berwirausaha	Pendidikan Kewirausahaan
Kepribadian	0,812			
Motivasi	0,797	0,780		
Niat Berwirausaha	0,753	0,720	0,833	
Pendidikan Kewirausahaan	0,721	0,734	0,841	0,834

Dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel telah memenuhi syarat *fornell-lacker* namun variabel sikap kepribadian mempunyai nilai konstruk yang lebih kecil ketimbang korelasi dengan variabel-variabel lainnya.

### Analisis reliabilitas

Instrumen reliabilitas adalah instrumen yang memberikan informasi yang sama Ketika digunakan berulang kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Menurut Sugiyono (2019), hasil penelitian yang reliabel ketika ada kesamaan data pada waktu yang berbeda. Pengujian reliabilitas dilakukan kepada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Tarumanagara yang berjumlah 100 orang. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan metode *Partial Least Square* (PLS). PLS merupakan metode alternatif analisis dengan *Structural Equation Modelling* (SEM) yang berbasis *variance*. Alat bantu yang digunakan berupa program *SmartPLS* Versi 4.0 yang dirancang khusus untuk mengestimasi persamaan struktural dengan basis *variance*. Dalam PLS-SEM dengan menggunakan program *SmartPLS* 4.0, Syarat yang biasanya digunakan untuk menilai reliabilitas konstruk yaitu *composite reliability* harus lebih besar dari 0,7 untuk penelitian yang bersifat *confirmatory* dan nilai 0,6 – 0,7 masih dapat diterima untuk penelitian yang bersifat *exploratory* (Ghozali & Latan, 2015). Pengujian reliabilitas tidak dapat dilakukan dalam model formatif karena setiap indikator dalam suatu variabel laten diasumsikan tidak saling berkorelasi atau independen (Andreas Wijaya, 2019).

Tabel 4. Uji reliabilitas  
Sumber: Hasil olah data penulis (*SmartPLS* 4)

Variabel	<i>Cronbach's alpha</i>	<i>Composite reliability (rho a)</i>	<i>Composite reliability (rho c)</i>	<i>Average variance extracted (AVE)</i>
Kepribadian	0,827	0,834	0,885	0,659
Motivasi	0,842	0,866	0,886	0,609
Niat Berwirausaha	0,890	0,899	0,919	0,694
Pendidikan Kewirausahaan	0,890	0,894	0,919	0,696

Dengan kriteria yang diambil sebagaimana yang dinyatakan oleh Sugiyono (2019) yaitu jika koefisien *Cronbach Alpha* >0,60 maka pernyataan dinyatakan andal dan dapat dilanjutkan. Merujuk pada hasil penelitian olah data yang dilakukan oleh penulis terdapat angka 0,842 pada variabel Motivasi, 0,890 pada variabel Niat berwirausaha, 0,890 pada variabel Pendidikan Kewirausahaan, dan 0,827 pada variabel Kepribadian. Jadi, dapat disimpulkan bahwa penelitian yang dilakukan oleh penulis layak untuk dilanjutkan.

### **Significant test**

Menurut Abdilah dan Hartono (2015), pengujian hipotesis dalam PLS dapat dilakukan dengan melihat nilai dari *t-statistics* atau *p-value* didalam *bootstrapping*. Dikatakan signifikan dan diterima kalau *t-statistics one-tailed* (satu ekor) mempunyai nilai harus lebih besar dari 1,64 (>1,64) atau nilai *p-value one-tailed* (satu ekor) harus lebih kecil dari 0,05 (0,05).

Tabel 5. Hasil uji *significant test*  
Sumber: Hasil olah data penulis (*SmartPLS* 4)

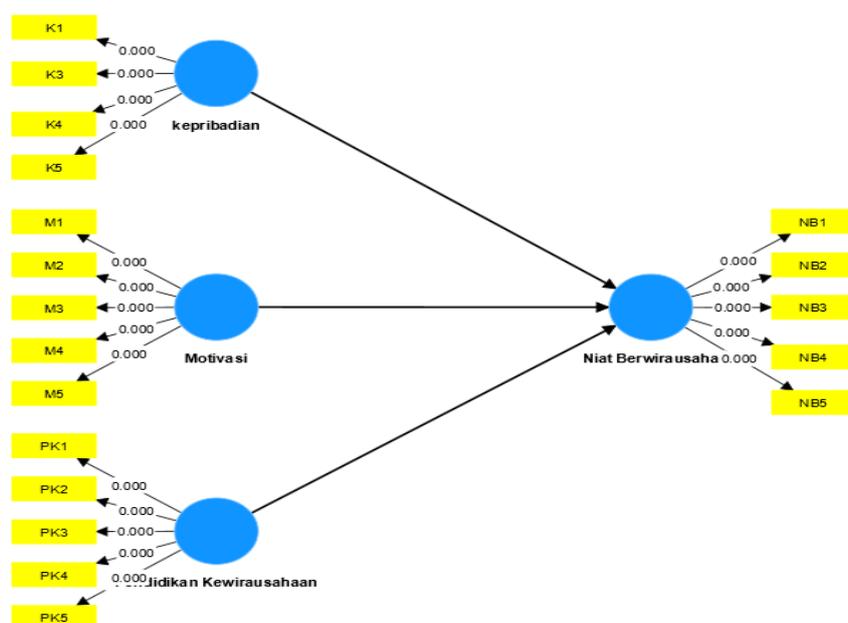
Variabel	<i>Original Sample</i>	<i>T-Statistics</i>	<i>P-Value</i>
Kepribadian > Intensi Wirausaha	0,271	2,598	0,009
Motivasi > Intensi Wirausaha	0,065	0,412	0,680
Pendidikan Kewirausahaan > Intensi Wirausaha	0,599	4,957	0,000

Dalam hipotesis pertama peneliti menguji apakah kepribadian mempunyai pengaruh terhadap niat berwirausaha pada mahasiswa. Hasil pengujian menunjukkan bahwa Kepribadian memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel niat berwirausaha. Dari hasil penelitian nilai pada *original sample* menunjukkan positif, yaitu 0,271 dan mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel niat berwirausaha karena *p-value* nya menghasilkan 0,009 yang berarti dibawah 0,05, dan *t-statistics* sebesar 2,598 yang dapat dikatakan signifikan jika *t-statistics* mempunyai nilai harus lebih besar dari 1,64 (>1,64). Maka dapat dinyatakan bahwa hipotesis pertama diterima. Dikarenakan dalam hasil analisis tersebut membuktikan bahwa menghasilkan nilai yang positif antara Kepribadian terhadap Niat berwirausaha. Kepribadian yaitu keseluruhan karakteristik seorang individu dapat berupa pikiran, hati nurani, perasaan, watak, dan emosi. Wirausahawan

yang sukses memiliki ciri-ciri kepribadian tertentu yang spesial yang bisa membedakannya dari orang lain dan tindakan karakter mempengaruhi yang positif serta penting kepada niat berwirausaha. (Ginting, 2015). Hasilnya sejalan dengan Natalita dan Slamet (2019) yang menyimpulkan bahwa kepribadian mempunyai pengaruh positif terhadap niat berwirausaha.

Dalam hipotesis kedua peneliti menguji apakah motivasi mempunyai pengaruh terhadap niat berwirausaha pada mahasiswa. Hasil pengujian menunjukkan bahwa motivasi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Niat berwirausaha. Dari hasil penelitian motivasi mempunyai pengaruh positif karena nilai pada original sample menunjukkan yaitu 0,065 dan tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel niat berwirausaha karena *p-value* nya menghasilkan 0,680 yang berarti dibawah 0,05, dan *t-statistics* sebesar 0,412 yang dapat dikatakan tidak signifikan jika *t-statistics* mempunyai nilai harus lebih besar dari 1,64 ( $> 1,64$ ). Maka dari itu, dapat dinyatakan bahwa hipotesis kedua ditolak, dikarenakan dalam hasil analisis tersebut membuktikan bahwa menghasilkan nilai yang negatif antara motivasi terhadap niat berwirausaha. Hasil riset ini searah serta mendukung dari riset Rosmiati, Donny Teguh Santosa Junias, serta Manawar (2015) jika motivasi tidak mempengaruhi kepada niat berwirausaha.

Dalam hipotesis ketiga peneliti menguji apakah Pendidikan kewirausahaan mempunyai pengaruh terhadap niat berwirausaha pada mahasiswa. Hasil pengujian menunjukkan bahwa Pendidikan kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap niat berwirausaha karena nilai original sample menunjukkan positif, yaitu 0,599 dan mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel niat berwirausaha karena *p-value*-nya menghasilkan 0,000 yang berarti dibawah 0,05, dan *t-statistics* sebesar 4,957 yang dapat dikatakan signifikan jika *t-statistics* mempunyai nilai harus lebih besar dari 1,64 ( $> 1,64$ ). Maka dapat dinyatakan bahwa hipotesis ketiga diterima. Dikarenakan dalam hasil analisis tersebut membuktikan bahwa menghasilkan nilai yang positif antara pendidikan kewirausahaan terhadap niat berwirausaha. Pendidikan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha, artinya semakin sering seseorang mendapatkan pendidikan kewirausahaan, semakin besar niat berwirausaha (Indahsari & Puspitowati, 2021). Pengaruh tersebut karena pendidikan kewirausahaan merupakan wahana bagi generasi muda dalam upaya mengembangkan intensi wirausaha (Fayolle & Gailly., 2015).



Gambar 2. Hasil Analisis *Bootstrapping*

#### 4. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil uji data, analisis, dan pembahasan yang telah diuraikan, maka penelitian dapat disimpulkan bahwa kepribadian dan pendidikan kewirausahaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara, dan motivasi tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Tarumanagara. Penelitian ini diharapkan menjadi referensi bagi penelitian serupa di masa yang akan mendatang serta penelitian ini dapat dikembangkan sebagai pendorong dalam bidang akademik, sehingga dapat membantu mahasiswa dalam menemukan intensi wirausaha yang mereka miliki serta mendorong dan meningkatkan keinginan mahasiswa dalam membangun kerjasama, materi Pendidikan kewirausahaan, menambah kegiatan kewirausahaan serta arahan untuk menempuh karir sebagai wirausaha.

#### Ucapan terima kasih

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada Universitas Tarumanagara, terutama Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan kesempatan bagi peneliti untuk melakukan dan mempublikasikan hasil penelitian ini. Kami juga menyampaikan ucapan terima kasih kepada tim reviewer dari jurnal ini yang telah memberikan masukan berharga untuk memperbaiki kualitas penyajian hasil penelitian kami. Apresiasi juga kami haturkan kepada para responden yang telah menyisihkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian kami dan pihak-pihak lain yang sudah membantu kami menyelesaikan dan mempublikasikan penelitian ini.

#### REFERENSI

- Abdillah, W. & Hartono, J. (2015). *Partial Least Square (PLS): Alternatif Structural Equation Modeling (SEM)*. Yogyakarta: Andi.
- Andreas Wijaya. (2019). *Metode Penelitian Menggunakan Smart PLS 03*. Yogyakarta: Innosain.
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka cipta.
- Fayolle, Alain & Benoit Gailly. (2015). The Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Attitudes and Intention: Hysteresis and Persistence. *Journal of Small Business Management* 53(1):75–93., <https://doi.org/10.1111/jsbm.12065>
- Ginting, N. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Yrama Widya.
- Ghozali, Imam, Hengky Latan. (2015). *Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. BP Undip. Semarang.
- Indahsari, L. & Puspitowati, I. (2021). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Efikasi Diri terhadap Intensi Wirausaha Mahasiswa Universitas Tarumanagara. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 3(1), 267-276. <https://doi.org/10.24912/jmk.v3i1.11320>
- Kesrasetda. (2020). *Pengembangan Jiwa Kewirausahaan/Entrepreneurship di kalangan generasi muda*. Kesrasetda Bulelengkab.
- Kompas. (2022, April13). Lulusan Perguruan Tinggi Mulai Diserap Pasasr Retrieved from <https://www.kompas.id/baca/telaah/2022/04/13/lulusan-perguruan-tinggi-mulai-diserap-pasar>.
- Mahanani, E. & Sari, B. (2017). *Faktor faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Persada Indonesia Y.A.I. Jurnal Sosial & Humaniora IKRA-ITH*,2(1), 31-40.
- Medyanto Pangestu. (2020). Pengaruh Promosi Terhadap Intensi Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus Pada Masyarakat Kecamatan Cengkareng, Jakarta).
- Natalita, C. & Slamet, F. (2019). Pengaruh Latar Belakang Keluarga, Kepribadian, dan Efikasi Diri terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 1(4), 778-787. <https://doi.org/10.24912/jmk.v1i4.6564>

- Rahmawati, Hikmah Is' Ada. (2013). *Pengaruh Good Corporate Governance (GCG) Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Perbankan. Accounting Analysis Journal AAJ 2 (1)*.
- Rosmiati, Donny Teguh Santosa Junias, Munawar. (2015). *Sikap, Motivasi, dan Minat Berwirausaha Mahasiswa.*, Vol. 17, No. 1, 21–30. [https://doi.org/10.9744/jmk.17.1.21–30](https://doi.org/10.9744/jmk.17.1.21-30).
- Silaen, Sofar. (2018). *Metodologi Penelitian Sosial Untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*. In Media, Bandung.
- Soelaiman, L., Puspitowati, I., & Selamat, F. (2022). Peran Model Panutan terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa Melalui Penerapan Teori Perilaku Terencana. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 6(2), 320-329. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v6i2.20387>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.