

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *ENTREPRENEURIAL INTENTION* PADA KALANGAN MUDA: PERAN MODERASI *ENTREPRENEURIAL EDUCATION*

¹Nadia Oktaviola, ²Muhammad Arief

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Esa Unggul

Jalan Arjuna Utara No.9, Kebon Jeruk, Jakarta Barat – 11510

Corresponding author : oktaviolanadia177@student.esaunggul.ac.id

Abstrak

Kewirausahaan menjadi salah satu faktor yang mendukung pertumbuhan ekonomi negara, inovasi dan memperluas lapangan pekerjaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar faktor-faktor yang mempengaruhi *entrepreneurial intention* kalangan muda, dengan dimoderasi oleh peran *entrepreneurial education*. Penelitian ini dilakukan pada kalangan muda di Jakarta Utara dengan menggunakan desain penelitian deskriptif kausalitas dan pendekatan kuantitatif dengan teknik *purposive sampling*. Data dikumpulkan dari 100 responden di Jakarta Utara yang memiliki *prior business experience*. Teknik analisis data dilakukan dengan model konseptual *Structural Equation Modeling* (SEM). Berdasarkan hasil penelitian mengungkapkan bahwa *prior business experience*, *entrepreneurial self-efficacy*, *entrepreneurial motivation* dan *family support* secara individual berpengaruh positif terhadap *entrepreneurial intention* kalangan muda. Kemudian, peran moderasi *entrepreneurial education* hanya mampu memperkuat pengaruh *prior business experience* terhadap *entrepreneurial intention*. Hal ini menunjukkan bahwa kalangan muda yang memiliki pengetahuan kewirausahaan namun tidak memiliki *prior business experience*, belum tentu merasa mudah dan termotivasi untuk memulai serta mengembangkan usaha baru. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi wawasan dan ilmu pengetahuan kepada pelaku UMKM, mahasiswa, masyarakat dan lembaga pendidikan, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan diri dan motivasi kalangan muda untuk terlibat dalam berwirausaha.

Kata Kunci: *Prior business experience, entrepreneurial self-efficacy, entrepreneurial motivation, family support, entrepreneurial education, entrepreneurial intention.*

Abstract

Entrepreneurship is one factor supporting the country's economic growth, innovation, and expanding employment. This study aims to determine how much the factors that influence entrepreneurial intentions among young people, are moderated by the role of entrepreneurial education. This research was conducted among young people in North Jakarta using a descriptive causality research design and quantitative approach with a purposive sampling technique. Data was collected from 100 respondents in North Jakarta with prior business experience with the age criteria of 18-35 years. The data analysis technique was conducted with a conceptual model using Structural Equation Modeling (SEM) and based on the results of the study revealed that prior business experience, entrepreneurial self-efficacy, entrepreneurial motivation, and family support individually have a positive effect on entrepreneurial intention among young people. Then, the moderating role of entrepreneurial education is only able to strengthen the effect of prior business experience on entrepreneurial intention. This shows that young people who have entrepreneurial knowledge but do not have prior business experience do not necessarily find it easy and motivated to start and develop new businesses. This research is expected to contribute insights and knowledge to SME actors, students, communities, and educational institutions, to increase the confidence and motivation of young people to engage in entrepreneurship.

Keywords: *Prior business experience, entrepreneurial self-efficacy, entrepreneurial motivation, family support, entrepreneurial education, entrepreneurial intention.*

Pendahuluan

Kewirausahaan menjadi kunci utama dalam mempercepat pertumbuhan ekonomi suatu negara, sehingga diperlukan adanya pertumbuhan minat masyarakat terhadap kewirausahaan (Kusnadi & Novita, 2020). Konsep kewirausahaan paling kuat berada di kalangan anak muda, dengan banyaknya minat berwirausaha di kalangan muda dapat menjadi peluang bagi orang lain karena terciptanya lapangan pekerjaan baru (Wardana *et al.*, 2020). Timbulnya *Entrepreneurial Intention* (niat berwirausaha) individu dipengaruhi oleh faktor-faktor kuat yang memotivasi untuk mempelajari kewirausahaan, karena *entrepreneurial intention* tidak semata-mata langsung muncul di dalam diri seseorang. Para generasi muda yang berani memulai bisnis, mengambil risiko, dan keluar dari zona nyaman sangat berpengaruh positif dalam mengurangi angka pengangguran di Indonesia. Namun, menumbuhkan minat berwirausaha di generasi muda bukan hal yang mudah karena lebih tertarik dengan pekerjaan yang memberikan gaji tetap (Anwar & Saleem, 2019). Selain itu, kurangnya dukungan orang tua terhadap anaknya dalam menekuni aktivitas berwirausaha, mereka lebih cenderung mendukung anak-anaknya menjadi pegawai atau PNS (Pegawai Negeri Sipil) (Kusnadi & Novita, 2020).

Munculnya *entrepreneurial intention* ditandai dengan adanya keberanian untuk menciptakan usaha dan ide-ide sehingga mampu mengembangkan usaha baru (Mulyadi, 2011). Dengan begitu, perlu adanya dukungan yang saling berkaitan antar satu sama lain untuk meningkatkan *entrepreneurial intention* pada generasi muda di Indonesia, seperti pengalaman bisnis sebelumnya, *self-efficacy*, motivasi berwirausaha, dukungan keluarga dan pengetahuan tentang kewirausahaan, karena generasi muda menjadi pendukung dan menguatkan kewirausahaan di negara (Hoang *et al.*, 2020). Menurut Kusnadi & Novita (2020) saat ini, pola pikir kalangan muda telah berubah seiring dengan banyaknya artis idola mereka yang memulai aktivitas berwirausaha. Dengan demikian, memotivasi mereka untuk memulai wirausaha tanpa rasa malu. Sebagai contoh, seorang public figure Indonesia yaitu Zaskia Adya Mecca, mendirikan bisnis kuliner dan oleh-oleh bernama Mamahke Jogja di Yogyakarta pada tahun 2016. Bisnis ini menawarkan makanan siap saji, hingga kue dan roti khas Jogja. Banyaknya public figure di Indonesia yang sukses dalam membangun dan mengembangkan bisnis memberikan kontribusi pada perekonomian negara karena membuka kesempatan kerja bagi masyarakat.

Keterbatasan lapangan pekerjaan dan ketatnya persaingan mendorong individu untuk mencoba membuka bisnis sendiri. Dengan didukung adanya pengalaman berbisnis sebelumnya (*prior business experience*) menjadi bahan acuan untuk mendirikan bisnis sesuai dengan pengalaman masa lalu dan kemampuan individu (Hassan *et al.*, 2020). Ruswanti (2016) menyatakan bahwa mahasiswa dengan pengalaman yang banyak dalam mengembangkan keterampilan yang dimiliki dinilai lebih percaya diri menjadi wirausaha. Menurut Saoula *et al.* (2023) individu dengan tingkat *entrepreneurial self-efficacy* (efikasi diri kewirausahaan) yang tinggi memiliki motivasi dalam bertindak untuk berwirausaha, serta mencari cara untuk menuju keberhasilan bisnisnya (Hassan *et al.*, 2020). Selanjutnya, *entrepreneurial motivation* (motivasi kewirausahaan) dikatakan sebagai ketersediaan seseorang dalam melakukan apapun untuk memulai bisnis mereka sendiri (Barba-Sánchez & Atienza-Sahuquillo, 2017). Hassan *et al.* (2021) mengungkapkan bahwa *entrepreneurial motivation* sebagai faktor penting yang memotivasi seseorang untuk memperdalam *entrepreneurial education* dan menjalankan bisnisnya sendiri.

Selain itu, *family support* (dukungan keluarga) penting dalam meningkatkan *entrepreneurial intention*, karena membantu mengatasi stress, menasihati dan memberikan dukungan financial (Refaat *et al.*, 2020). *Family support* membuat seseorang menjadi lebih optimis dan percaya diri dalam memulai bisnis (Halizah & Mardikaningsih, 2022).

Dengan demikian, dari penjelasan diatas tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *prior business experience*, *entrepreneurial self-efficacy*, *entrepreneurial motivation*, dan *family support* terhadap *entrepreneurial intention*, secara langsung maupun melalui peran moderasi *entrepreneurial education* pada kalangan muda di daerah Jakarta Utara, Indonesia. Diharapkan pada penelitian ini mampu memberikan kontribusi tataran keilmuan di bidang kewirausahaan, dan memberikan informasi yang bermanfaat khususnya bagi para generasi muda dalam meningkatkan *entrepreneurial intention* melalui variabel-variabel pendukung tersebut. Selain itu, memberikan pengetahuan yang bermanfaat bagi generasi muda yang mempunyai niat untuk membangun dan mengembangkan usaha di bidang kuliner.

Tinjauan Pustaka

Prior Business Experience (Pengalaman Bisnis Sebelumnya)

Prior business experience adalah perilaku yang dikembangkan dari pengalaman terdahulu untuk meningkatkan *entrepreneurial intention* lebih lanjut (Tian *et al.*, 2022). Mereka dapat berwirausaha sesuai dengan pengetahuan dan pengalaman bisnis sebelumnya (Hassan *et al.*, 2020). Menurut Quan (2012) *prior business experience* dapat mempercepat karir berwirausaha individu, serta *prior business experience* dapat mempengaruhi peningkatan berwirausaha dalam upaya mengurangi pengangguran terutama di negara berkembang (Bignotti & le Roux, 2020). Dengan demikian, *prior business experience* adalah perbuatan individu dengan niat untuk berwirausaha dengan memanfaatkan pengetahuan dan perilaku mereka di masa lalu (Tian *et al.*, 2022).

Entrepreneurial Self-Efficacy (Efikasi Diri Kewirausahaan)

Menurut Memon *et al.* (2019) *Entrepreneurial self-efficacy* merupakan kepercayaan diri seseorang bahwa ia mempunyai kemampuan dan keahlian untuk berwirausaha. Individu yang berorientasi pada diri sendiri, mandiri, dan percaya pada kemampuan yang dimiliki dalam mengambil risiko lebih termotivasi untuk mempelajari kewirausahaan (Vaitoonkiat & Charoensukmongko, 2020). Dengan demikian, *entrepreneurial self-efficacy* menjadi peran penting untuk meningkatkan *entrepreneurial intention* karena menciptakan hubungan yang saling berkaitan antara kemampuan yang dimiliki seseorang untuk mewujudkan keinginan berwirausaha (Hutasuhut & Thamrin, 2023).

Entrepreneurial Motivation (Motivasi Kewirausahaan)

Entrepreneurial motivation adalah suatu perasaan yang memotivasi seseorang dalam bertekad menjadi wirausahawan (Kusnadi & Novita, 2020). Para peneliti psikolog manusia berpendapat bahwa individu termotivasi bertujuan untuk mempelajari ide-ide dan menemukan peluang yang tersedia (Faghih *et al.*, 2021). Mereka yang bersemangat dan termotivasi untuk menciptakan bisnis mandiri cenderung banyak belajar tentang kondisi pasar (Stewart & Roth, 2007).

Family Support (Dukungan Keluarga)

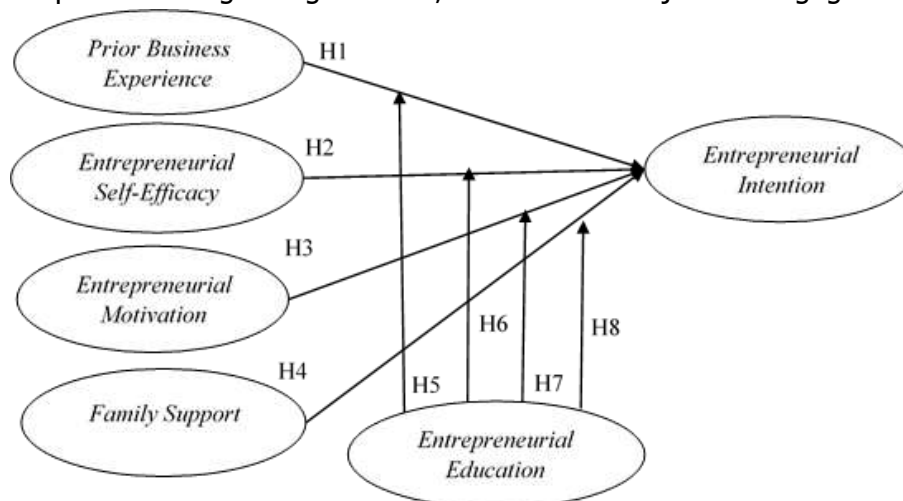
Family Support adalah tingkat dukungan emosional, sosial dan finansial yang diberikan untuk membangun sebuah bisnis kewirausahaan (Klyver *et al.* 2020; Lansberg & Astrachan, 1994). Menurut Halizah & Mardikaningsih (2022) *family support* adalah tindakan yang saling mempengaruhi guna mencapai kesuksesan yang diinginkan. Sebagian besar anak muda mengandalkan dukungan emosional dari keluarga dan tutor mereka untuk mencapai suatu impian (Hu *et al.*, 2021).

Entrepreneurial Education (Pendidikan Kewirausahaan)

Entrepreneurial education dikatakan sebagai upaya yang dapat dilakukan individu dalam mengembangkan keterampilan dan pola pikir untuk mewujudkan ide-ide inovatif menjadi tindakan kewirausahaan (Ernawati *et al.*, 2021). Kusumojanto *et al.* (2021) mengatakan bahwa *entrepreneurial education* mempersiapkan seseorang untuk memulai bisnis baru dengan mengintegrasikan pengalaman, keterampilan, dan pengetahuan. *Entrepreneurial education* bertujuan untuk mendorong strategi yang tepat untuk meluncurkan bisnis mandiri (Hassan *et al.*, 2021), jika dilakukan secara efektif maka dapat menarik minat seseorang untuk berkarir di bidang kewirausahaan (Henderson & Robertson, 2000).

Entrepreneurial Intention (Niat Berwirausaha)

Menurut Ernawati *et al.* (2021) *entrepreneurial intention* adalah kemampuan individu dalam mengamati peluang baru dan menghasilkan inovasi untuk berbisnis. Individu dengan niat tertentu akan berusaha dalam menyesuaikan tindakannya sehingga selaras dengan tujuan yang sudah direncanakan (Ekawarna, 2023). Menurut Dinar *et al.* (2020) *entrepreneurial intention* adalah suatu perasaan kemauan atau tekad individu untuk terus berusaha dan bekerja keras mencukupi kebutuhannya tanpa takut dengan segala risiko, serta selalu belajar dari kegagalan sebelumnya.



Gambar 1. Kerangka Model Penelitian

Metode Penelitian

Desain penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah desain deskriptif kausalitas (*descriptive causality*) yang menjelaskan hubungan antara variabel independen (X) mempengaruhi variabel dependen (Y). Pada penelitian ini menggunakan pendekatan metode kuantitatif, karena data yang telah terkumpul akan diolah dengan bentuk numerik dan dianalisa berdasarkan metode statistik.

Pengukuran dilakukan dengan metode skala rating atau dikenal juga sebagai skala Likert lima poin dalam pengumpulan data, mulai dari poin 1 (Sangat Tidak Setuju) hingga poin 5 (Sangat Setuju). Penelitian ini dilakukan pada kalangan muda di daerah Jakarta Utara kecamatan Tanjung Priok. Sampel yang digunakan menggunakan metode *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Kriteria yang dapat berpartisipasi adalah kalangan muda dengan usia 18 tahun – 35 tahun di Jakarta Utara dan telah memiliki *prior business experience*. Jumlah minimum sampel pada penelitian ini adalah 100 responden, minimum sampel direkomendasikan untuk penelitian yang menggunakan SEM, yaitu $N = 100 - 150$ (Kyriazos, 2018).

Pengumpulan data menggunakan kuesioner secara online melalui *google form* kemudian disebarluaskan dengan platform *social media*. Data akan diolah dan diuji secara kuantitatif dengan menggunakan *Structural Equation Model Partial Least Square* (SEM-PLS), Analisis data menggunakan dua model pengukuran (Hair *et al.*, 2021), yaitu Pengukuran Model (*Outer Model Analysis*) dan Pengukuran Model Struktural (*Inner Model Analysis*). Pada Evaluasi Pengukuran Model (*Outer Model Analysis*) terdapat 5 parameter digunakan yaitu: Nilai Konvergen Validitas/*loading factor* ($>0,70$), *Cronbach's Alpha* ($>0,70$), *Composite Reliability* ($>0,70$), *Average Variance Extracted* (AVE) ($>0,50$), serta Validitas Diskriminan (*Discriminant Validity*) dengan menggunakan kriteria *Fornell dan Larcker* (*Fornell-Larcker Criterion*), *Cross Loadings* dan *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT) ($<0,90$). Sedangkan, Evaluasi Pengukuran Model Struktural (*Inner Model Analysis*) menggunakan 4 parameter pengukuran (Hair *et al.*, 2021), yaitu uji nilai *R Square Adjusted* (R^2), Uji Multikolinier atau *Variance Inflation Factor* (VIF) (<5), uji hipotesis antar variabel yang terdiri dari Nilai koefisien jalur (*path coefficients*) dengan ketentuan nilai (*T statistics* $>1,65$ dan *P value* $<0,05\text{sig}$). Selanjutnya, uji tingkat signifikansi pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung dengan menggunakan nilai *f square* (0,02 lemah, 0,15 moderat, 0,35 kuat) (Hair *et al.*, 2021).

Hasil Penelitian

Analisis Karakteristik Responden

Responden penelitian ini adalah kalangan muda di Jakarta Utara dan telah memiliki pengalaman berbisnis sebelumnya. Penyebaran kuesioner dilakukan menggunakan *google form* telah terkumpul sebanyak 100 responden. Total responden tersebut merupakan kalangan muda pada rentang usia 18 – 35 tahun. Selanjutnya dalam bidang pekerjaan 67% (67 orang) responden sebagai mahasiswa/i, 14% (14 orang) sebagai wirausaha, 13% (13 orang) sebagai ibu rumah tangga, dan 6% (6 orang) menjawab lain-lainnya. Kemudian dalam kriteria usaha, 38% (38 orang) telah mempunyai usaha mandiri dan 62% (62 orang) tidak mempunyai usaha mandiri.

Hasil Pengukuran *Outer Model Analysis*

Berdasarkan hasil pengujian validitas *Outer Model Analysis* yang telah dilakukan, nilai konvergen validitas (*loading factor*) diketahui $> 0,70$ maka sudah sesuai dan dapat diterima (Hair *et al.*, 2021). Hasil uji konvergen validitas menunjukkan bahwa seluruh indikator sudah memenuhi syarat dan memiliki nilai *loading factor* $> 0,70$ yaitu 0,823 – 0,963. Nilai *loading factor* terendah berada di variabel *entrepreneurial education* pada indikator EE4 yaitu 0,823. Sedangkan, nilai *loading factor* tertinggi berada di variabel *prior business experience* pada indikator PBE3 yaitu 0,963.

Dalam penelitian ini, nilai *Average Variance Extracted* (AVE) memenuhi persyaratan validitas jika nilainya $> 0,50$ (Hair *et al.*, 2021). Hasil menunjukkan bahwa setiap variabel memiliki nilai AVE $> 0,50$ yaitu 0,774 – 0,911, nilai terendah yaitu variabel *entrepreneurial education*

(0,774) dan nilai tertinggi yaitu variabel *prior business experience* (0,911). Tahap selanjutnya, reliabilitas suatu penelitian dapat dilihat dari nilai *cronbach's alpha* dan *composite reliability* dengan kriteria $> 0,70$ maka data dapat diterima dan sudah reliabel (Hair *et al.*, 2021). Hasil nilai *cronbach's alpha* dan *composite reliability* yang telah diperoleh menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki reliabilitas yang baik. *Entrepreneurial education* (CA=0,926; CR=0,945), *entrepreneurial intention* (CA=0,958; CR=0,967), *entrepreneurial motivation* (CA=0,953; CR=0,964), *entrepreneurial self-efficacy* (CA=0,953; CR=0,962), *family support* (CA=0,938; CR=0,953), *prior business experience* (CA=0,951; CR=0,968).

Selanjutnya, analisis uji validitas diskriminan (*discriminant validity*) dengan melihat nilai *fornell* dan *larcker* (*fornell - larcker criterion*), *cross loadings* dan *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT). Kriteria *fornell* dan *larcker* yang baik ketika nilai akar *Average Variance Extracted* (AVE) memiliki korelasi yang tinggi dengan variabel itu sendiri maupun korelasi dengan variabel lainnya. Hasil nilai *cross loading* dapat dikatakan memenuhi kriteria apabila setiap indikator berkorelasi lebih kuat dengan variabel latennya sendiri daripada dengan variabel lainnya. Kemudian, tingkat validitas diskriminan yang diterima dapat dilihat dari nilai *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT) yaitu $< 0,90$ seperti yang disarankan oleh (Henseler *et al.*, 2015). Nilai HTMT yang tinggi, maka menunjukkan bahwa validitas diskriminan tidak ada atau bermasalah. Dengan begitu, nilai batas HTMT yang lebih rendah dianggap lebih akurat (Hair *et al.*, 2019). Pada penelitian ini, semua nilai HTMT menunjukkan hasil lebih rendah dari 0,90. Dengan demikian, kesimpulannya yaitu semua variabel memenuhi uji *discriminant validity*.

Hasil Pengukuran Inner Model Analysis

Pengukuran model struktur (*Inner Model Analysis*) untuk melihat hubungan antara variabel laten dengan variabel latennya. Dijelaskan bahwa semakin tinggi nilai *Adjusted R²* maka semakin baik variabel independen dalam melakukan prediksi terhadap variabel dependen. Nilai *Adjusted R²* mengacu pada nilai 0,75 (kuat), 0,50 (moderat), dan 0,25 (lemah) (Hair *et al.*, 2021). Nilai *Adjusted R²* variabel *entrepreneurial intention* sebesar 0,863 (kuat) sehingga dapat dijelaskan bahwa sebesar 86,3% dipengaruhi oleh variabel *prior business experience*, *entrepreneurial self-efficacy*, *entrepreneurial motivation* dan *family support*. Sedangkan, sisanya sebesar 13,7% yang dijelaskan oleh variabel lainnya diluar variabel yang dipakai dalam penelitian ini. Hasil uji pengukuran multikolinier atau *variance inflation factor* (VIF) pada penelitian ini adalah (3,049 – 4,735) yang berarti telah memenuhi kriteria dan tidak terdapat multikolinearitas antar variabel, karena nilai kriteria VIF yaitu < 5 (Hair *et al.*, 2021). Model fit digunakan untuk menilai tingkat kesesuaian antara korelasi pada suatu model yang dihitung dengan nilai residual kuadrat model yang diprediksi dibandingkan dengan data yang sesungguhnya (Henseler *et al.*, 2014). Pada penelitian ini menunjukkan hasil analisis SRMR (*Standardized Root Mean Square*) sebesar 0,041 $< 0,08$. Dengan demikian, diartikan bahwa model penelitian ini sudah fit dan data sudah cocok dapat dipakai. Sementara itu, nilai NFI (*Normal Fit Index*) adalah 0,841, hal ini menunjukkan bahwa model semakin bagus dan sesuai karena mendekati nilai 1.

Hipotesis	Original Sample	T statistics (>1,65)	P values (<0,05)	Ket
H1: <i>Prior Business Experience</i> berpengaruh positif terhadap <i>Entrepreneurial Intention</i> .	0.245	2.210	0.014	Diterima
H2: <i>Entrepreneurial Self-Efficacy</i> berpengaruh positif terhadap <i>Entrepreneurial Intention</i> .	0.318	2.985	0.001	Diterima
H3: <i>Entrepreneurial Motivation</i> berpengaruh positif terhadap <i>Entrepreneurial Intention</i> .	0.282	2.758	0.003	Diterima
H4: <i>Family Support</i> berpengaruh positif terhadap <i>Entrepreneurial Intention</i> .	0.191	1.958	0.025	Diterima
H5: <i>Prior Business Experience</i> berpengaruh positif terhadap <i>Entrepreneurial Intention</i> dimoderasi oleh <i>Entrepreneurial Education</i> .	0.210	2.380	0.009	Diterima
H6: <i>Entrepreneurial Self-Efficacy</i> berpengaruh positif terhadap <i>Entrepreneurial Intention</i> dimoderasi oleh <i>Entrepreneurial Education</i>	-0.058	0.508	0.306	Ditolak
H7: <i>Entrepreneurial Motivation</i> berpengaruh positif terhadap <i>Entrepreneurial Intention</i> dimoderasi oleh <i>Entrepreneurial Education</i> .	0.013	0.138	0.445	Ditolak
H8: <i>Family Support</i> berpengaruh positif terhadap <i>Entrepreneurial Intention</i> dimoderasi oleh <i>Entrepreneurial Education</i> .	-0.135	1.433	0.076	Ditolak

Pembahasan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama dapat dibuktikan bahwa *prior business experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *entrepreneurial intention*. Hal ini menggambarkan bahwa kalangan muda di Jakarta Utara yang memiliki pengalaman berwirausaha di bisnis milik keluarganya atau pernah mencoba berbisnis di bidang kuliner cenderung lebih mudah meningkatkan *entrepreneurial intention*, karena dianggap lebih sigap dalam mengenali peluang dan inovatif untuk memulai usaha baru di bidang kuliner. Didasari dengan *prior business experience*, mereka lebih percaya diri pada kemampuan yang dimiliki untuk mengembangkan bisnis dengan memahami dan mengidentifikasi kebutuhan pasar serta keinginan pelanggan. Dengan demikian, kalangan muda di Jakarta Utara ingin melanjutkan bisnis di masa depan karena mempunyai pengalaman sebelumnya yang membantu mereka memperoleh keterampilan yang berharga untuk menjalankan bisnisnya. Penelitian ini selaras dengan penelitian sebelumnya yang mengungkapkan bahwa *prior business experience* berpengaruh langsung secara positif terhadap *entrepreneurial intention* (Bignotti & le Roux, 2020; Tian *et al.*, 2022).

Pada hasil uji hipotesis ke dua membuktikan *entrepreneurial self-efficacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *entrepreneurial intention*. Hal ini menggambarkan bahwa *entrepreneurial self-efficacy* berperan penting dalam meningkatkan *entrepreneurial intention* pada kalangan muda di Jakarta Utara. Kalangan muda yang percaya dengan keterampilan dan kemampuan sendiri memiliki niat yang kuat untuk berwirausaha. Untuk memulai bisnis diharapkan kalangan muda memiliki pengalaman dan kepercayaan akan kemampuan untuk mengembangkan serta mengelola bisnis kuliner, sehingga mampu menciptakan bisnis kuliner yang sukses. Penelitian ini selaras dengan penelitian sebelumnya yang mengungkapkan bahwa *entrepreneurial self-*

efficacy berpengaruh langsung secara positif terhadap *entrepreneurial intention* (Hoang *et al.*, 2020; Omar *et al.*, 2019; Puni *et al.*, 2018; Refaat *et al.*, 2020; Saoula *et al.*, 2023; Zhao *et al.*, 2005).

Hasil uji hipotesis ke tiga menunjukkan bahwa *entrepreneurial motivation* berpengaruh positif terhadap *entrepreneurial intention*. Hal ini membuktikan bahwa *entrepreneurial motivation* menjadi kunci utama kalangan muda di Jakarta Utara untuk memulai usaha di bidang kuliner. Tanpa adanya motivasi pada kalangan muda, maka tidak akan terwujud niat untuk berwirausaha di bidang kuliner. Dengan begitu, tingginya *entrepreneurial motivation* yang dimiliki oleh kalangan muda, diharapkan mampu membantu individu untuk melakukan tindakan nyata sehingga berkomitmen menjadi wirausaha. Penelitian ini selaras dengan penelitian sebelumnya yang mengungkapkan bahwa *entrepreneurial motivation* berpengaruh langsung secara positif terhadap *entrepreneurial intention* (Hassan *et al.*, 2021; Malebana, 2021; Saoula *et al.*, 2023; Shah *et al.*, 2018).

Selanjutnya, hasil uji hipotesis ke empat dalam penelitian membuktikan bahwa *family support* berpengaruh positif terhadap *entrepreneurial intention*. Hal ini membuktikan bahwa dengan adanya dukungan keluarga yang diberikan berupa dukungan finansial, dukungan emosional, dan nasihat sangat berpengaruh dalam meningkatkan *entrepreneurial intention* pada kalangan muda di Jakarta Utara. Dengan demikian, semakin tinggi dukungan yang diberikan maka semakin memberikan peluang bagi kalangan muda di Jakarta Utara untuk memulai dan mengembangkan bisnis kuliner. Penelitian ini selaras dengan penelitian sebelumnya yang mengungkapkan bahwa *family support* berpengaruh langsung secara positif terhadap *entrepreneurial intention* (Baluku *et al.*, 2020; Halizah & Mardikaningsih, 2022; Refaat *et al.*, 2020; Saoula *et al.*, 2023).

Pada uji hipotesis ke lima dibuktikan bahwa *entrepreneurial education* mampu memperkuat pengaruh *prior business experience* terhadap *entrepreneurial intention*. Hal ini membuktikan bahwa ketika kalangan muda di Jakarta Utara yang memiliki pengalaman berbisnis di bidang kuliner dan dibekali adanya pengetahuan mengenai kemampuan kewirausahaan yang baik, seperti pelatihan atau pendidikan dinilai lebih mempunyai *entrepreneurial intention* yang tinggi. Dengan adanya pengaruh *entrepreneurial education* memainkan peran penting dalam memberikan peluang pasar, sehingga kalangan muda dengan pengalaman bisnis kuliner sebelumnya (*prior business experience*) dapat lebih meningkatkan *entrepreneurial intention*.

Hasil uji hipotesis ke enam menunjukkan bahwa *entrepreneurial education* tidak mampu memperkuat pengaruh *entrepreneurial self-efficacy* terhadap *entrepreneurial intention*. Namun, hasil temuan ini bertolak belakang dengan penelitian terdahulu Hassan *et al.* (2020); Refaat *et al.* (2020) yang menyatakan bahwa *entrepreneurial education* secara positif dapat menjadi variabel moderasi dalam penelitian. Dapat diartikan bahwa dengan adanya *entrepreneurial education* yang diperoleh oleh kalangan muda di Jakarta Utara belum tentu mampu memperkuat keyakinan pada diri mereka untuk memulai bisnis kuliner. Hal ini dapat disebabkan karena tingkat kepercayaan diri individu yang berbeda-beda, sehingga menyulitkan kalangan muda di Jakarta Utara untuk mengidentifikasi peluang pasar apabila tidak memiliki kesadaran akan kemampuan yang dimiliki. Dengan demikian, walaupun individu telah memperoleh pelatihan atau pengetahuan tentang kewirausahaan, namun keputusan individu untuk memulai bisnis kuliner tidak dapat dipastikan.

Berikutnya, uji hipotesis ke tujuh menunjukkan bahwa *entrepreneurial education* tidak mampu memperkuat pengaruh *entrepreneurial motivation* terhadap *entrepreneurial intention*. Hal ini mungkin disebabkan karena kalangan muda di Jakarta Utara masih belum termotivasi untuk berinvestasi dalam usaha kecil atau menengah, sehingga perlu ditingkatkan *entrepreneurial education* agar dapat menjadi penggerak kalangan muda untuk mengembangkan bisnis kuliner.

Kemudian, hasil uji hipotesis ke delapan menunjukkan bahwa *entrepreneurial education* tidak mampu memperkuat pengaruh *family support* terhadap *entrepreneurial intention*. Hal ini mungkin disebabkan karena kalangan muda di Jakarta Utara merasa bahwa keluarga akan terus memberikan dukungan dalam segala hal, sehingga dengan ada atau tidaknya peran *entrepreneurial education* tidak berpengaruh pada *family support* terhadap niat kalangan muda untuk memulai bisnis kuliner. Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Refaat *et al.* (2020) pada mahasiswa di Mesir yang menyatakan bahwa *entrepreneurial education* tidak mampu memoderasi *family support* terhadap *entrepreneurial intention*.

Simpulan Dan Saran

Kesimpulan yang dihasilkan berdasarkan penelitian ini yaitu variabel independen mempengaruhi *entrepreneurial intention* pada kalangan muda di Jakarta Utara, yaitu *prior business experience*, *entrepreneurial self-efficacy*, *entrepreneurial motivation* dan *family support* mempunyai pengaruh positif terhadap *entrepreneurial intention* pada kalangan muda di Jakarta Utara. Dalam penelitian ini peran moderasi *entrepreneurial education* hanya mampu memperkuat *prior business experience* terhadap *entrepreneurial intention*. Sedangkan, *entrepreneurial education* tidak mampu memperkuat *entrepreneurial self-efficacy*, *entrepreneurial motivation*, dan *family support* terhadap *entrepreneurial intention*. Meskipun kalangan muda mendapatkan *entrepreneurial education*, belum tentu termotivasi untuk memulai bisnis kuliner. *Entrepreneurial education* belum mampu untuk memperkuat beberapa variabel dalam penelitian ini karena tingkat pengaruh signifikan masih sangat rendah, sehingga diharapkan dengan dilakukan peningkatan kualitas pelatihan dan solusi terkait kewirausahaan dapat meningkatkan niat berwirausaha pada kalangan muda di Jakarta Utara selain hanya memberikan pemahaman secara formal. Dengan demikian, diharapkan penelitian ini dapat memberikan wawasan untuk mencari solusi dalam meningkatkan dampak yang signifikan, sehingga meningkatkan minat berwirausaha kalangan muda.

Keterbatasan yang dimiliki pada penelitian ini yaitu hanya dilakukan di daerah Jakarta Utara dan hanya mengambil populasi dari kalangan muda saja dengan rentang usia 18 tahun – 35 tahun. Serta, penelitian ini hanya menggunakan *entrepreneurial intention* di bidang bisnis kuliner pada usaha kecil dan menengah.

Maka diharapkan dari hasil penelitian ini peran lembaga pendidikan yang berkaitan dengan bidang kewirausahaan maupun pemerintah untuk mendukung serta mencari solusi yang lebih efektif dalam meningkatkan *entrepreneurial intention* di kalangan muda, seperti lebih memaksimalkan pembelajaran kewirausahaan, memberikan pelatihan dan magang secara efektif hingga menjembatani kalangan muda dengan kalangan bisnis UMKM dan usaha besar yang sudah berjalan mapan, guna mendorong minat kalangan muda untuk berwirausaha. Kalangan muda akan lebih mudah untuk menentukan dan mengidentifikasi peluang usaha baru, sehingga menciptakan wirausaha yang berbakat dan unggul. Dengan demikian, *entrepreneurial intention* pada kalangan muda harus terus ditingkatkan dan diperkuat, karena dengan meningkatnya *entrepreneurial intention* maka memberikan dampak positif terhadap meningkatnya jumlah usaha yang ada, serta membuka peluang pekerjaan bagi masyarakat, mengurangi tingkat pengangguran dan meningkatkan pertumbuhan perekonomian di Indonesia.

Daftar Pustaka

Ali, A., & Yousuf, S. (2019). Social capital and entrepreneurial intention: empirical evidence from rural community of Pakistan. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9(64), 2–11.

<https://doi.org/10.1186/s40497-019-0193-z>

- Anwar, I., & Saleem, I. (2019). Exploring entrepreneurial characteristics among university students: an evidence from India. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 13(3), 288. <https://doi.org/10.1108/apjie-07-2018-0044>
- Asimakopoulous, G., Hernández, V., & Miguel, J. P. (2019). Entrepreneurial intention of engineering students: The role of social norms and entrepreneurial self-efficacy. *Sustainability (Switzerland)*, 11(16), 5. <https://doi.org/10.3390/su11164314>
- Baluku, M. M., Kikooma, J. F., Otto, K., König, C. J., & Bajwa, N. ul H. (2020). Positive Psychological Attributes and Entrepreneurial Intention and Action: The Moderating Role of Perceived Family Support. *Frontiers in Psychology*, 11, 1–14. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.546745>
- Barba-Sánchez, V., & Atienza-Sahuquillo, C. (2017). Entrepreneurial motivation and self-employment: evidence from expectancy theory. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 13(4), 1101–1108. <https://doi.org/10.1007/s11365-017-0441-z>
- Bazkiaei, H. A., Heng, L. H., Khan, N. U., Saufi, R. B. A., & Kasim, R. S. R. (2020). Do entrepreneurial education and big-five personality traits predict entrepreneurial intention among universities students? *Cogent Business and Management*, 7(1), 2–12. <https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1801217>
- Bignotti, A., & le Roux, I. (2020). Which types of experience matter? The role of prior start-up experiences and work experience in fostering youth entrepreneurial intentions. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 26(6), 1181–1198. <https://doi.org/10.1108/IJEBr-10-2019-0577>
- BPK.GO.ID. (2022). *Peraturan Presiden (PERPRES) Nomor 2 Tahun 2022 Pengembangan Kewirausahaan Nasional Tahun 2021-2024*. <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/196126/perpres-no-2-tahun-2022#:~:text=Perpres ini mengatur mengenai penetapan,2021 sampai dengan tahun 2024.>
- Brenner, O. ., Charles D, P., & Jeffrey H, G. (1991). Perceived fulfillment of organizational employment versus entrepreneurship: Work values and career intentions of business college graduates. *Journal of Small Business Management*, 29(3), 62–74.
- Carsrud, A., & Brännback, M. (2011). Entrepreneurial Motivations: What Do We Still Need to Know? *Journal of Small Business Management*, 49(1), 9–26. <https://doi.org/10.1111/j.1540-627X.2010.00312.x>
- Cetindamar, D., Gupta, V. K., Karadeniz, E. E., & Egrican, N. (2012). What the numbers tell: The impact of human, family and financial capital on women and men's entry into entrepreneurship in Turkey. *Entrepreneurship and Regional Development*, 24(1–2), 29–51.
- Chen, C. C., Greene, P. G., & Crick, A. (1998). Distinguish Entrepreneurs From Managers? *Journal of Business Venturing*, 13(4), 295–316.
- Cooper, A. C., Gimeno-Gascon, F. J., & Woo, C. Y. (1994). Initial human and financial capital as predictors of new venture performance. *Journal of Business Venturing*, 9(5), 371–395. [https://doi.org/10.1016/0883-9026\(94\)90013-2](https://doi.org/10.1016/0883-9026(94)90013-2)
- De Pillis, E., & Reardon, K. K. (2007). The influence of personality traits and persuasive messages on entrepreneurial intention: A cross-cultural comparison. *Career Development International*, 12(4), 382–396. <https://doi.org/10.1108/13620430710756762>
- Dinar, M., Ahmad, M. I. S., & Hasan, M. (2020). *Kewirausahaan* (1st ed.). Media Sains Indonesia.
- Doran, J., McCarthy, N., & O'Connor, M. (2018). The role of entrepreneurship in stimulating economic growth in developed and developing countries. *Cogent Economics and Finance*,

- 8(1), 2–10. <https://doi.org/10.1080/23322039.2018.1442093>
- Edelman, L. F., Manolova, T., Shirokova, G., & Tsukanova, T. (2016). The impact of family support on young entrepreneurs' start-up activities. *Journal of Business Venturing*, 31(4), 428–448. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2016.04.003>
- Ekawarna. (2023). *Monograf Intensi (Niat) Berwirausaha Mahasiswa Dan Variabel Yang Mempengaruhinya*. Deepublish Digital.
- Ernawati, Y., Aima, M. H., & Hazrati, I. L. (2021). The Effect of Entrepreneurship Education and Social Environment on Interest in Entrepreneurship. *International Journal of Current Economics & Business Ventures*, 1(2), 1222. <https://scholarsnetwork.org/journal/index.php/ijeb%0ATHE>
- Faghih, N., Bonyadi, E., & Sarreshtehdari, L. (2021). Entrepreneurial Motivation Index: importance of dark data. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 11(1), 15–27. <https://doi.org/10.1007/s40497-021-00277-y>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R: A Workbook. In *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal* (Vol. 30, Issue 1). <https://doi.org/10.1080/10705511.2022.2108813>
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 7–16. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Halizah, S. N., & Mardikaningsih, R. (2022). The Role of Family Support, Learning Achievement and Student Entrepreneurial Intention. *International Journal of Service Science*, 2(3), 13–16.
- Hassan, A., Anwar, I., Saleem, I., Islam, K. M. B., & Hussain, S. A. (2021). Individual entrepreneurial orientation, entrepreneurship education and entrepreneurial intention: The mediating role of entrepreneurial motivations. *Industry and Higher Education*, 35(4), 403–418. <https://doi.org/10.1177/09504222211007051>
- Hassan, A., Saleem, I., Anwar, I., & Hussain, S. A. (2020). Entrepreneurial intention of Indian university students: the role of opportunity recognition and entrepreneurship education. *Education and Training*, 62(7–8), 4–13. <https://doi.org/10.1108/ET-02-2020-0033>
- Henderson, R., & Robertson, M. (2000). Who wants to be an entrepreneur? Young adult attitudes to entrepreneurship as a career. *Career Development International*, 5(6), 279–287.
- Henseler, J., Dijkstra, T. K., Sarstedt, M., Ringle, C. M., Diamantopoulos, A., Straub, D. W., Ketchen, D. J., Hair, J. F., Hult, G. T. M., & Calantone, R. J. (2014). Common Beliefs and Reality About PLS: Comments on Rönkkö and Evermann (2013). *Organizational Research Methods*, 17(2), 182–209. <https://doi.org/10.1177/1094428114526928>
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1), 128–129. <https://doi.org/10.1007/s11747-014-0403-8>
- Hoang, G., Le, T. T. T., Tran, A. K. T., & Du, T. (2020). Entrepreneurship education and entrepreneurial intentions of university students in Vietnam: the mediating roles of self-efficacy and learning orientation. *Education + Training*, 63(1), 2–11.
- Hu, M., Su, Y., & Zhang, H. (2021). Migrant Entrepreneurship: The Family as Emotional Support, Social Capital and Human Capital. *Emerging Markets Finance and Trade*, 57(12), 3367–3386.
- Hutasuhut, S., & Thamrin. (2023). *Monograf Peran Entrepreneurial Self-Efficacy Pada Intensi Kewirausahaan* (1st ed.). CV. Sarnu Untung. <http://digilib.unimed.ac.id/52814/1/Fulltext.pdf>
- Jena, R. K. (2020). Measuring the impact of business management Student's attitude towards

- entrepreneurship education on entrepreneurial intention: A case study. *Computers in Human Behavior*, 107.
- Klyver, K., Schenkel, M. T., & Nielsen, M. S. (2020). Can't always get what I want: Cultural expectations of emotional support in entrepreneurship. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 38(7), 677–690.
- Krueger, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15(5), 411–432. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(98\)00033-0](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(98)00033-0)
- Kuckertz, A., & Wagner, M. (2010). The influence of sustainability orientation on entrepreneurial intentions - Investigating the role of business experience. *Journal of Business Venturing*, 25(5), 524–539. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2009.09.001>
- Kumar, M. (2007). Explaining Entrepreneurial Success: A Conceptual Model. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 13(1), 57–77.
- Kusnadi, & Novita, Y. (2020). *Kewirausahaan* (Salmiah (ed.); 3rd ed., pp. 9–30). Cahaya Firdaus.
- Kusumojanto, D. D., Wibowo, A., Kustiandi, J., & Narmaditya, B. S. (2021). Do entrepreneurship education and environment promote students' entrepreneurial intention? the role of entrepreneurial attitude. *Cogent Education*, 8(1), 3. <https://doi.org/10.1080/2331186X.2021.1948660>
- Kyriazos, T. A. (2018). Applied Psychometrics: Sample Size and Sample Power Considerations in Factor Analysis (EFA, CFA) and SEM in General. *Psychology*, 09(08), 2217. <https://doi.org/10.4236/psych.2018.98126>
- Lansberg, I., & Astrachan, J. H. (1994). Influence of Family Relationships on Succession Planning and Training: The Importance of Mediating Factors. *Family Business Review*, 7(1), 39–59. <https://doi.org/10.1111/j.1741-6248.1994.00039.x>
- Laukkanen, M. (2000). Exploring alternative approaches in high-level entrepreneurship education: Creating micromechanisms for endogenous regional growth. *Entrepreneurship and Regional Development*, 12(1), 25–47. <https://doi.org/10.1080/089856200283072>
- Linán, F., & Y, C. (2009). Development and Cross-Cultural Application of a Specific Instrument to Measure Entrepreneurial Intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 593–617.
- Malebana, M. J. (2021). The Effect Of Entrepreneurial Motivation On Entrepreneurial Intention Of South African Rural Youth. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 27(SpecialIssue 3), 1–14.
- Memon, M., Soomro, B. A., & Shah, N. (2019). Enablers of entrepreneurial self-efficacy in a developing country. *Education + Training*, 61(6), 684–699.
- Mosunmola Oluwafunmilayo, A., Ayodele Olokundun, M., Chinonye Love Moses, P., & Chinyerem Grace, A. (2018). The Role of Prior Family Business Background on Entrepreneurial Intentions. *Covenant Journal of Entrepreneurship (CJoE)*, 2(1), 1–14. <https://pdfs.semanticscholar.org/368d/0def86e717a1e9a4b999d882b0fdced7a59f.pdf>
- Mulyadi. (2011). *Kewirausahaan: Bertindak Kreatif dan Inovatif* (1st ed., Issue 1921). Rafah Press.
- Nabi, G., Liñán, F., Fayolle, A., Krueger, N., & Walmsley, A. (2017). The impact of entrepreneurship education in higher education: A systematic review and research agenda. *Academy of Management Learning and Education*, 16(2), 277–299. <https://doi.org/10.5465/amle.2015.0026>
- Neneh, B. N. (2019). From entrepreneurial intentions to behavior: The role of anticipated regret and proactive personality. *Journal of Vocational Behavior*, 112, 311–332. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2019.04.005>
- Nguyen, C. (2021). Demographic Factors, Family Background and Prior Self-Employment on

- Entrepreneurial Intention - Vietnamese business students are different: why? *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 8(10), 2–16.
- Omar, N. A., Shah, N. U., Hasan, N. A., & Ali, M. H. (2019). The Influence Of Self-Efficacy, Motivation, And Independence On Students' Entrepreneurial Intentions. *Journal of Nusantara Studies*, 4(2), 1–28.
- Puni, A., Anlesinya, A., & Korsorku, P. D. A. (2018). Entrepreneurial education, self-efficacy and intentions in Sub-Saharan Africa. *African Journal of Economic and Management Studies*, 9(4), 492–511.
- Quan, X. (2012). Prior experience, social network, and levels of entrepreneurial intentions. *Management Research Review*, 35(10), 945–957. <https://doi.org/10.1108/01409171211272679>
- Refaat, M., Ahmed, M., & Kayat, K. (2020). Examining the Moderating Effect of Entrepreneurship Education on the Relationship Between Entrepreneurial Self-Efficacy, Family Support, Friends Support and Entrepreneurial Intention of Final Year Female Tourism Undergraduate Students in Egypt. *Journal of Global Economics, Management and Business Research*, 12(1), 1–21.
- Ruswanti, E. (2016). Optimal combination of students in education entrepreneurship. *International Journal of Economic Research*, 13(3), 793–812.
- Saoula, O., Shamim, A., Ahmad, M. J., & Abid, M. F. (2023). Do entrepreneurial self-efficacy, entrepreneurial motivation, and family support enhance entrepreneurial intention? The mediating role of entrepreneurial education. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 17(1), 21–33. <https://doi.org/10.1108/apjie-06-2022-0055>
- Shah, N., Qazi, W., & Raza, S. A. (2018). Factors affecting the motivation and intention to become an entrepreneur among business university students. *International Journal of Knowledge and Learning*, 12(3), 221. <https://doi.org/10.1504/ijkl.2018.10013488>
- Shane, S., Locke, E. A., & Robert Baum, J. (2003). Entrepreneurial motivation. *The Psychology of Entrepreneurship*, 13(2), 93–112. <https://doi.org/10.2307/j.ctvh8r2zz.8>
- Solesvik, M. Z. (2013). Entrepreneurial motivations and intentions: Investigating the role of education major. *Education and Training*, 55(3), 253–271. <https://doi.org/10.1108/00400911311309314>
- Stewart, W. H., & Roth, P. L. (2007). A Meta-Analysis of Achievement Motivation Differences between Entrepreneurs and Managers. *Journal of Small Business Management*, 45(4), 401–421.
- Sukron Djazilan, M., & Darmawan, D. (2022). Entrepreneurship Education and Family Support: The Determinants that Appear Entrepreneurship Interest for Students. *ISSE International Journal of Service Science*, 1(2), 26–30.
- Thompson, E. R. (2009). Individual Entrepreneurial Intent: Construct Clarification and Development of an Internationally Reliable Metric. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 33(3), 669–695. http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1396451
- Tian, H., Akhtar, S., Qureshi, N. A., & Iqbal, S. (2022). Predictors of entrepreneurial intentions: The role of prior business experience, opportunity recognition, and entrepreneurial education. *Frontiers in Psychology*, 13, 2–9. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.882159>
- Urbano, D., Audretsch, D., Aparicio, S., & Noguera, M. (2020). Does entrepreneurial activity matter for economic growth in developing countries? The role of the institutional environment. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 16(3), 1065–1099. <https://doi.org/10.1007/s11365-019-00621-5>
- Vaitoonkiat, E., & Charoensukmongko, P. C. (2020). Interaction effect of entrepreneurial

orientation and stakeholder orientation on the business performance of firms in the steel fabrication industry in Thailand. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 12(4), 453–473.

- Wardana, L. W., Narmaditya, B. S., Wibowo, A., Mahendra, A. M., Wibowo, N. A., Harwida, G., & Rohman, A. N. (2020). The impact of entrepreneurship education and students' entrepreneurial mindset: the mediating role of attitude and self-efficacy. *Heliyon*, 6(9), 5. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e04922>
- Yousaf, U., Ali, S. A., Ahmed, M., Usman, B., & Sameer, I. (2020). From entrepreneurial education to entrepreneurial intention: a sequential mediation of self-efficacy and entrepreneurial attitude. *International Journal of Innovation Science*, 13(3), 364–380. <https://doi.org/10.1108/IJIS-09-2020-0133>
- Zhao, H., Hills, G. E., & Seibert, S. E. (2005). The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions. *Journal of Applied Psychology*, 90(6), 1265–1272. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.90.6.1265>