

PENGARUH SIKAP, NORMA SUBJEKTIF, RELIGIUSITAS, PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN, DAN FAKTOR DEMOGRAFI TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA

Muhammad Syariful Anam

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Salatiga

syarifulanam2700@gmail.com

Mochlasin

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Salatiga

mochlassofyan@gmail.com

Wina Yulianti

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Salatiga

winaylynti20@gmail.com

Iqmahanis Afisa

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Salatiga

iqmahanis06@gmail.com

Niken Ayu Safitri

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Salatiga

nikenayusa210@gmail.com

Abstract

This study aims to identify the influence of attitude variables, subjective norms, religiosity, entrepreneurial knowledge, and demographic factors on entrepreneurial intention. The population of this study are all active students of IAIN Salatiga. In contrast, the number of samples used was 374 students. Multiple linear regression techniques were used to analyze the data. All independent variables have a significant effect on the entrepreneurial intention simultaneously. While partially, the variables that have a positive and significant effect on entrepreneurial intention are attitudes, subjective norms, entrepreneurial knowledge, study programs, and entrepreneurial experience. While the variables of religiosity, gender, age, entrepreneurship courses, and campus organization partially have no significant effect on entrepreneurial intention. Higher education institutions should continue to encourage students to grow interested in entrepreneurship. These efforts can be made through strengthening entrepreneurship courses and entrepreneurial training.

Keywords: attitude; entrepreneurship; knowledge; religiosity; subjective norm.

PENDAHULUAN

Pengangguran merupakan salah satu permasalahan ekonomi negara berkembang, termasuk bagi negara Indonesia. Oleh karena itu, salah satu alternatif untuk dapat mengurangi jumlah pengangguran yaitu dengan memberdayakan kelompok terdidik maupun masyarakat melalui kegiatan berwirausaha (Adnyana & Purnami, 2016). Wirausaha merupakan faktor pendukung perekonomian karena mempunyai kebebasan dan kemandirian guna menciptakan lapangan pekerjaan baru agar mampu menyerap tenaga kerja (Sudrajat, 2015). Perguruan Tinggi mempunyai peran penting untuk membantu dan bertanggungjawab dalam menciptakan sumber daya manusia melalui pendidikan dan memberikan kemampuan wirausaha serta memberikan motivasi untuk berani memilih berwirausaha sebagai karir mereka (Sudirman *et al.*, 2018). Pada akhirnya, lulusan dari perguruan tinggi diharapkan dapat menciptakan lapangan pekerjaan melalui berwirausaha (Pujiastuti & Filantrovi, 2018).

Kewirausahaan dapat terwujud apabila seseorang memiliki motivasi dan minat yang kuat (Sudirman *et al.*, 2018). Minat merupakan langkah awal dalam berwirausaha. Minat berwirausaha yang masih rendah menjadi alasan mengapa jumlah wirausahawan saat ini terbilang sedikit. Sikap negatif masyarakat yang menganggap wirausaha merupakan pekerjaan rendah, kurang terhormat, memiliki penghasilan yang tidak tetap, dan lain sebagainya menjadi suatu hal yang dipandang buruk oleh masyarakat ketika

Anam, Mochlasin, Yulianti, Afisa, & Safitri. Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Religiusitas, Pengetahuan Kewirausahaan, dan Faktor Demografi terhadap Minat Berwirausaha

seseorang akan berprofesi sebagai wirausahawan (Siswoyo, 2009). Pandangan sebagian masyarakat yang seperti itu membuat mereka tidak tertarik terhadap berwirausaha sehingga lebih memilih untuk menjadi pegawai negeri (Robyardi, 2012).

Berwirausaha bukanlah suatu hal yang mudah, diperlukan beberapa faktor pendukung minat dalam berwirausaha. Dalam *Theory of Reasoned Action* (TRA) menjelaskan bahwa niat atau minat dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu sikap (*attitude*) dan norma subjektif (*subjective norm*) (Ajzen & Fishbein, 1980). Sikap yang berupa penilaian positif atau negatif terhadap sesuatu menjadi awalan untuk melakukan suatu perilaku, sehingga sikap mempunyai peran penting terhadap minat seseorang. Seseorang yang mempunyai sikap dan pandangan positif terhadap wirausaha memiliki kemungkinan yang lebih besar untuk menjadi wirausahawan dan percaya bahwa wirausaha merupakan cara untuk mencapai aktualisasi diri bukan sekadar metode untuk bertahan hidup (Yang, 2013). Sedangkan, norma subjektif dapat memengaruhi niat atau minat berwirausaha dari sisi eksternal, yaitu dukungan dari lingkungan baik dari keluarga, teman, dosen, ataupun dari pengusaha terkenal (Santi *et al.*, 2017). Oleh karena itu, penting bagi masyarakat agar mempunyai pandangan yang positif terhadap kegiatan berwirausaha, agar dapat berkontribusi terhadap pandangan individu mengenai kegiatan berwirausaha (Lejap *et al.*, 2020).

Di sisi lain, religiusitas dapat memengaruhi pilihan seseorang dalam melaksanakan kegiatan kewirausahaan (Audretsch *et al.*, 2007). Religiusitas merujuk pada aspek agama yang dihayati oleh seorang individu di dalam hatinya. Selain itu, religiusitas akan memberikan pengaruh terhadap sikap dan perilaku individu dalam menjalankan usahanya dengan mengedepankan etika, moral, dan peduli terhadap lingkungan (Fauzan, 2014). Sehingga, dalam hal ini religiusitas berperan penting dalam menentukan minat seseorang untuk melakukan kegiatan berwirausaha (Wibowo, 2017).

Pengetahuan kewirausahaan merupakan salah satu faktor pemicu minat dalam melakukan kegiatan berwirausaha. Seseorang yang telah mendapatkan pembelajaran, pelatihan, seminar, dan kursus kewirausahaan akan lebih tertarik untuk berwirausaha (Anggraeni & Harnanik, 2015). Pengetahuan kewirausahaan dapat mendukung nilai-nilai wirausaha sehingga harapannya dapat menumbuhkan jiwa wirausaha. Terutama bagi mahasiswa, pengetahuan kewirausahaan sangat dibutuhkan agar mampu mengidentifikasi peluang usaha dan menjadikannya untuk menciptakan peluang kerja baru (Hendrawan & Sirine, 2017). Minat dan pengetahuan kewirausahaan diharapkan akan mendorong individu untuk membuka usaha baru di masa yang akan datang (Rosmiati *et al.*, 2015).

Faktor demografi merupakan hal yang melekat pada wirausaha serta mempunyai pengaruh terhadap keberhasilan seorang wirausaha (Riyanti, 2003). Kondisi demografi seseorang dipandang mempunyai pengaruh terhadap keberhasilan usaha. Beberapa faktor demografi antara lain meliputi jenis kelamin, usia, pengalaman wirausaha, keikutsertaan dalam organisasi, dan sebagainya (Adi *et al.*, 2018). Dengan demikian, dari apa yang telah diuraikan sebelumnya, maka fokus penelitian ini yaitu pada pengaruh sikap, norma subjektif, religiusitas, pengetahuan kewirausahaan, dan faktor demografi terhadap minat berwirausaha.

KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Minat Berwirausaha

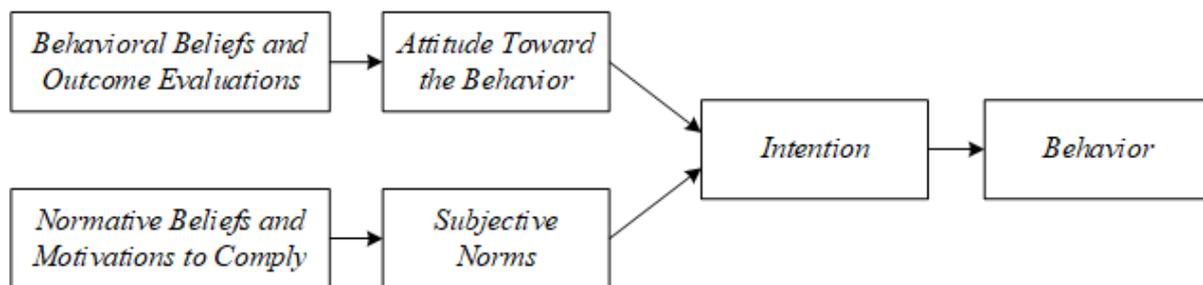
Minat didefinisikan sebagai dorongan yang tinggi dari diri seseorang untuk melakukan sesuatu dalam rangka mewujudkan pencapaian tujuan dan cita-cita mereka dan dilakukan dengan kesadaran serta menimbulkan perasaan senang dan kegembiraan (Harackiewicz & Hulleman, 2010). Minat berarti tertarik (*interest*) atau kesungguhan niat seseorang dalam berperilaku. Sedangkan, minat berwirausaha adalah keinginan, ketertarikan, dan kesediaan untuk bekerja keras mengembangkan bisnis yang akan diciptakan. Minat berwirausaha bukan sekadar keinginan dari hati sendiri, tapi harus melihat ke depan dari peluang usaha yang dijalankan (Putri *et al.*, 2014). Indikator yang digunakan untuk mengukur minat berwirausaha, antara lain berniat, berpikir, berencana, akan menjadi, dan memilih menjadi wirausahawan (Adi *et al.*, 2018).

Sikap dan Norma Subjektif

Sikap diartikan sebagai kecenderungan yang dipelajari untuk merespon atau menerima rangsangan terhadap objek secara konsisten baik dalam rasa suka maupun tidak suka (Andika & Madjid, 2012). Sikap manusia ada melalui proses sosial selama mereka hidup, di mana mereka mendapatkan informasi dan pengalaman (Simanihuruk *et al.*, 2021). Sikap kewirausahaan dapat dijelaskan sebagai keinginan pribadi untuk mencari pekerjaan, untuk memenuhi kebutuhan hidup, dan berusaha untuk menemukan serta menciptakan hal-hal baru (Indrawati, 2017). Sikap berwirausaha diukur berdasarkan tertarik pada wirausaha, berpikir kreatif dan inovatif, memandang kegagalan sebagai suatu hal positif, memiliki jiwa kepemimpinan dan tanggung jawab, serta suka menghadapi risiko dan tantangan (Gaddam, 2008).

Norma subjektif adalah pengaruh sosial yang memengaruhi seseorang untuk berperilaku (Nuryanto *et al.*, 2020). Norma subjektif terbentuk dari lingkaran terdekat (*closer circle*), lingkungan (*environment*), dan atribut wirausahawan yang sukses (*attributes of the successful entrepreneurs*) (Simanihuruk *et al.*, 2021). Indikator pengukuran norma subjektif, yaitu keyakinan dukungan orang tua, keyakinan dukungan saudara, keyakinan dukungan teman, keyakinan dukungan dosen, dan keyakinan dukungan pengusaha (Adi *et al.*, 2018).

Keinginan kuat untuk melakukan suatu tindakan dapat dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku dan norma subjektif (Sumarwan, 2011). Lebih lanjut, dalam *theory of reasoned action* dijelaskan bahwa *behavioral intention* (niat perilaku) merupakan prediktor tunggal terbaik dari perilaku seseorang. *Behavioral intention* adalah fungsi dari sikap terhadap perilaku (*attitude*) dan norma subjektif (*subjective norm*) (Ajzen & Fishbein, 1980). Model teori tersebut dapat dilihat pada Gambar 1.



Sumber: Ajzen & Fishbein (1980)

Gambar 1. THEORY OF REASONED ACTION

Religiusitas

Agama berasal dari kata *religiosus* yang artinya kembali atau *re-ligare* yang artinya pilihan. Singkatnya, keyakinan agama adalah perasaan dan kesadaran akan hubungan dengan Tuhan dan hubungan manusia (Rukiyanto, 2021). Keyakinan agama berasal dari diri sendiri, dimulai dari kesadaran manusia, menyadari bahwa hidup adalah anugerah dari Tuhan. Perwujudan dari religiusitas bisa dilihat dari kehidupan manusia dalam melakukan aktivitas yang dapat dilihat dengan mata maupun yang ada dalam hati manusia tersebut. Terdapat lima macam dimensi keberagamaan, yaitu dimensi keyakinan (*belief*), dimensi praktik (*practice*), dimensi pengetahuan (*knowledge*), dimensi pengalaman (*experience*), dan dimensi konsekuensi (*concequences*) (Stark & Glock, 1968).

Pengetahuan Kewirausahaan

Pengetahuan kewirausahaan merupakan segala sesuatu yang diketahui mengenai segala bentuk informasi berupa ingatan dan pemahaman tentang cara berusaha dan berani mengambil risiko dalam merintis, menjalankan, dan mengembangkan usaha (Anggraeni & Harnanik, 2015). Pengetahuan mengenai dunia bisnis merupakan salah satu faktor yang dapat memengaruhi minat untuk berwirausaha. Indikator pengetahuan kewirausahaan meliputi pengetahuan mengenai usaha yang akan dirintis, pengetahuan lingkungan usaha yang sudah ada, pengetahuan tentang peran dan tanggung jawab, serta pengetahuan tentang manajemen dan organisasi (Nisa & Murniawaty, 2020).

Demografi

Demografi berasal dari bahasa Yunani *demos* dan *graphein*. *Demos* bisa diartikan serupa warga dan *graphein* berisi menulis. Dengan menyatukan kedua makna kata tersebut bisa diartikan bahwa demografi berisi aksara-aksara atau tulisan-tulisan bab warga suatu tempat atau suatu daerah. Demografi merupakan penggambaran menyeluruh tentang perilaku atau tingkah laku penduduk, secara agregat atau kelompok. Dengan kata lain, demografi mempelajari struktur dan proses penduduk pada suatu wilayah meliputi jumlah, penyebaran, dan komposisi penduduk (Purba *et al.*, 2021). Dalam penelitian ini, demografi mahasiswa yang digunakan meliputi jenis kelamin, usia, program studi, pengalaman wirausaha, mata kuliah kewirausahaan, dan mengikuti organisasi kampus.

Hubungan antar Variabel

Orang yang menunjukkan sikap positif terhadap kewirausahaan akan lebih cenderung bertindak sebagai pengusaha dan percaya bahwa berwirausaha merupakan salah satu cara untuk mencapai aktualisasi diri (Yang, 2013). Beberapa penelitian menemukan bahwa sikap positif terhadap kewirausahaan dapat memengaruhi minat seseorang untuk berwirausaha (Cruz *et al.*, 2015; Utami, 2017). Selain sikap, faktor yang dapat memengaruhi minat yaitu norma subjektif. Norma subjektif merupakan keyakinan individu terhadap lingkungan sekitarnya. Norma subjektif dapat berpengaruh terhadap minat berwirausaha dari sisi eksternal seperti keluarga, teman, dosen, dan para pengusaha (Santi *et al.*, 2017). Penelitian yang dilakukan Kautonen *et al.* (2013), Tong *et al.* (2011), dan Yordanova & Tarrazon (2010) menyebutkan bahwa secara signifikan norma subjektif berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Namun, terdapat juga penelitian yang menyatakan bahwa sikap tidak memengaruhi minat seseorang untuk berwirausaha (Hendrawan & Sirine, 2017; Rosmiati *et al.*, 2015), sedangkan Said & Iskandar (2020) dan Syahran & Debiyani (2020) menyebutkan norma subjektif tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Oleh karena itu, dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut.

H1: Sikap berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha.

H2: Norma subjektif berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha.

Religiusitas memiliki hubungan terkait kewirausahaan, di mana seseorang dengan tingkat religiusitas yang baik akan selalu mengedepankan etika, moral, dan peduli terhadap lingkungan dalam praktik wirausahanya (Fauzan, 2014). Tiga prinsip tersebut merupakan bagian dari religiusitas. Anwar *et al.* (2019) dalam penelitiannya menyatakan bahwa religiusitas berpengaruh signifikan terhadap motivasi berwirausaha, hal tersebut dikarenakan nilai-nilai dalam ajaran Islam banyak memberikan seruan untuk mandiri secara ekonomi. Selain itu, penelitian dari Sulhaini *et al.* (2020), menyatakan bahwa religiusitas mampu memoderasi pengaruh pengetahuan pariwisata halal terhadap minat berwirausaha. Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh Anwari & Hati (2020) menemukan bahwa religiusitas tidak memiliki pengaruh terhadap minat berwirausaha. Oleh karena itu, dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut.

H3: Religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha.

Pengetahuan kewirausahaan merupakan salah satu faktor yang sangat penting dalam menumbuhkan minat berwirausaha. Dengan modal pengetahuan yang luas mengenai kewirausahaan dapat merubah *mindset* seorang siswa agar setelah lulus mereka tidak hanya melamar menjadi karyawan tetapi mampu menciptakan lapangan pekerjaan sendiri (Jailani *et al.*, 2017). Bahkan, secara signifikan, pengetahuan kewirausahaan berpengaruh terhadap minat berwirausaha (Roxas, 2014; Suryaningsih & Agustin, 2020). Akan tetapi, temuan dari penelitian lain menyebutkan bahwa pengetahuan kewirausahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha (Abdullah & Sulaiman, 2013; Puspitaningsih, 2014). Oleh karena itu, dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut.

H4: Pengetahuan kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha.

Faktor demografi merupakan hal yang melekat dalam pribadi seorang pengusaha dan dapat menjadi faktor penentu keberhasilan seorang wirausaha (Riyanti, 2003). Beberapa hasil penelitian menyatakan bahwa perempuan memiliki minat yang lebih rendah terhadap berwirausaha dibandingkan dengan laki-

laki (Nowiński *et al.*, 2017; Ramayah & Harun, 2005; Verheul *et al.*, 2012). Namun, hasil studi lain menemukan bahwa jenis kelamin, baik laki-laki maupun perempuan memiliki tingkat yang sama dalam membentuk minat berwirausaha dan kesuksesan dalam berbisnis (Indarti & Langenberg, 2004; Indrayanti & Iskandar, 2020). Sementara itu, Nastiti *et al.* (2010) dalam penelitiannya menemukan bahwa usia dapat memengaruhi minat seseorang dalam berwirausaha, sedangkan dalam penelitian Muhar (2013) memperoleh hasil yang berlawanan. Selain itu, penelitian dari Adi *et al.* (2018) juga menyebutkan terdapat pengaruh positif dari faktor-faktor demografi terhadap minat berwirausaha yang meliputi gender, mayor perkuliahan, mengikuti organisasi kampus, mengikuti kuliah kewirausahaan, dan pengalaman berwirausaha. Oleh karena itu, dirumuskan hipotesis sebagai berikut.

- H5: Jenis kelamin berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha.
- H6: Usia berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha.
- H7: Program studi berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha.
- H8: Pengalaman wirausaha berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha.
- H9: Mata kuliah kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha.
- H10: Organisasi kampus berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang bertujuan untuk mengkaji teori objektif dan kaitannya dengan hubungan antar variabel independen dan dependen (Creswell, 2014). Variabel independen dalam penelitian ini meliputi sikap, norma subjektif, religiusitas, pengetahuan kewirausahaan dan faktor demografi. Sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini yaitu minat berwirausaha. Objek dalam penelitian ini yaitu mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Salatiga. Sumber data penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner dan data sekunder sebagai penguat gagasan yang berasal dari penelitian terdahulu dan dokumentasi.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu mahasiswa aktif IAIN Salatiga yang berjumlah 14.657 orang. Dikarenakan jumlah yang terlalu besar, maka diambil sampel dari total populasi tersebut. Untuk menentukan jumlah sampel, dihitung dengan menggunakan rumus Isaac dan Michael (Sugiyono, 2019). Secara matematis ditulis dalam persamaan (1). Dari hasil perhitungan, diperoleh jumlah sampel sebesar 374,316 dan digenapkan menjadi 374 responden. Dalam penentuan sampel menggunakan metode *purposive sampling* yang pengambilannya didasarkan pada kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian (Riyanto & Hatmawan, 2020). Kriteria sampel yang ditetapkan yaitu mahasiswa aktif IAIN Salatiga.

$$s = \frac{\lambda^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{d^2(N-1) + \lambda^2 \cdot P \cdot Q} = \frac{3,841 \times 14.657 \times 0,5 \times 0,5}{0,05^2(14.657-1) + 3,841 \times 0,5 \times 0,5} = \frac{14.074,38425}{37,60025} = 374,316 \dots \dots \dots (1)$$

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner berbasis web. Dengan menggunakan kuesioner berbasis web akan meminimalisir risiko bias sosial dan taraf keleluasaan responden dalam menjawab jujur pun akan meningkat karena tidak adanya *interviewers* (Nugroho, 2018). Selain itu, data dokumentasi juga dihimpun dari berbagai literatur seperti buku dan artikel jurnal.

Dalam penelitian ini, metode analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda. Regresi berganda merupakan analisis regresi yang mempelajari ketergantungan satu variabel terikat pada lebih dari satu variabel bebas (Gujarati & Porter, 2009). Model matematis dari persamaan regresi berganda dapat ditulis dalam persamaan (2). MB mewakili minat berwirausaha, β_0 mewakili konstanta, β_{1-10} mewakili koefisien variabel bebas, S mewakili sikap, NS mewakili norma subjektif, R mewakili

religiusitas, PK mewakili pengetahuan kewirausahaan, JK mewakili jenis kelamin (*dummy* 1 untuk perempuan dan 0 untuk laki-laki), U mewakili usia, PS mewakili program studi (*dummy* 1 untuk rumpun prodi FEBI dan 0 untuk di luar FEBI), PW mewakili pengalaman wirausaha (*dummy* 1 untuk memiliki pengalaman dan 0 untuk tidak memiliki pengalaman), MKK mewakili mengikuti mata kuliah kewirausahaan (*dummy* 1 untuk mengikuti dan 0 untuk tidak mengikuti), dan OK mewakili mengikuti organisasi kampus (*dummy* 1 untuk mengikuti dan 0 untuk tidak mengikuti).

$$MB = \beta_0 + \beta_1S + \beta_2NS + \beta_3R + \beta_4PK + \beta_5JK + \beta_6U + \beta_7PS + \beta_8PW + \beta_9MKK + \beta_{10}OK \dots \dots \dots (2)$$

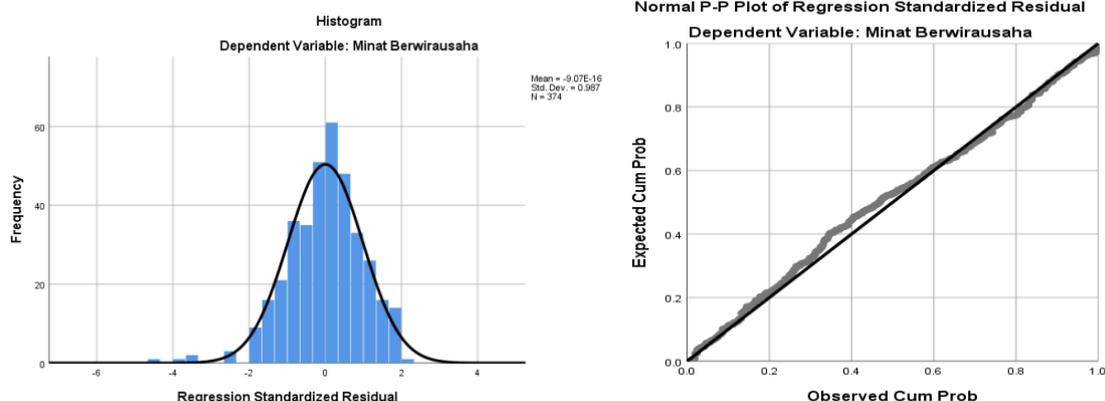
HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Responden

Perbandingan jenis kelamin responden didominasi oleh perempuan dengan persentase sebesar 79,7% dan laki-laki sebesar 20,3% dengan median usia 21 tahun. Dari keseluruhan responden, 63,9% berasal dari mahasiswa rumpun program studi yang ada di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), sedangkan mahasiswa yang bukan berasal dari FEBI sebanyak 36,1%. Sementara itu, sebanyak 78,1% responden pernah/ sedang mengikuti organisasi yang ada di kampus. Selain itu, sebagian besar responden (65,8%) pernah mendapatkan ilmu kewirausahaan dengan mengikuti mata kuliah kewirausahaan dan sebanyak 72,2% responden telah memiliki pengalaman dalam berwirausaha.

Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan analisis regresi, data harus memenuhi uji-uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, multikolinieritas, dan heteroskedastisitas. Untuk uji normalitas, berdasarkan hasil analisis (lihat gambar 2) dapat diketahui bahwa data telah berdistribusi normal, dikarenakan grafik histogram menampilkan gambar yang membentuk seperti lonceng serta grafik normal *probability plot* yang menampilkan titik-titik mengikuti arah garis diagonalnya. Selanjutnya, untuk uji multikolinieritas (lihat Tabel 1) memperoleh nilai *tolerance* yang lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF yang lebih kecil dari 10, yang berarti bahwa model terbebas dari masalah multikolinieritas. Sedangkan untuk uji heteroskedastisitas (lihat tabel 1), seluruh variabel bebas memperoleh nilai Sig yang lebih besar dari 0,05, yang berarti bahwa model telah terbebas dari gejala heteroskedastisitas.



Sumber: Data diolah (2021)

Gambar 2. HASIL UJI NORMALITAS

Hasil Analisis Regresi

Berdasarkan hasil analisis regresi yang telah dilakukan (lihat Tabel 2), diperoleh persamaan (3). Merujuk persamaan (3), terdapat enam variabel yang memiliki pengaruh positif terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Variabel tersebut antara lain sikap, norma subjektif, pengetahuan kewirausahaan, jenis kelamin, program studi, dan pengalaman wirausaha. Sedangkan variabel yang berpengaruh negatif yaitu religiusitas, usia, mengikuti mata kuliah kewirausahaan, dan mengikuti organisasi.

$$MB = 1,982 + 0,238S + 0,148NS - 0,087R + 0,609PK + 0,083JK - 0,041U + 0,652PS + 1,386PW - 0,186MKK - 0,083OK \dots\dots\dots(3)$$

Tabel 1.
HASIL UJI MULTIKOLINERITAS DAN HETEROSKEDASTISITAS

Variabel	Tolerance	VIF	t	Sig.
Konstanta	-	-	-0,525	0,600
Sikap	0,502	1,991	0,859	0,391
Norma Subjektif	0,580	1,724	-1,296	0,196
Religiusitas	0,552	1,813	1,181	0,239
Pengetahuan Kewirausahaan	0,450	2,222	-1,307	0,192
Jenis Kelamin	0,966	1,035	1,081	0,281
Usia	0,827	1,210	0,890	0,374
Program Studi	0,921	1,086	-0,140	0,888
Pengalaman Wirausaha	0,901	1,110	-0,001	0,999
Mata Kuliah Kewirausahaan	0,784	1,275	0,600	0,549
Organisasi Kampus	0,947	1,056	-1,607	0,109

Sumber: Data diolah (2021)

Koefisien Determinasi

Berdasarkan hasil analisis, diperoleh nilai R^2 (koefisien determinasi) sebesar 0,525 atau 52,5%. Nilai tersebut mengindikasikan bahwa variabel minat berwirausaha mahasiswa dapat dijelaskan oleh variasi variabel bebas yang meliputi sikap, norma subjektif, religiusitas, pengetahuan kewirausahaan, dan faktor demografi sebesar 52,5%, sedangkan sisanya sebesar 47,5% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model.

Uji Simultan (Uji F)

Hasil uji simultan menunjukkan nilai Sig uji F $0,000 < 0,05$ yang artinya seluruh variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha.

Uji Parsial (Uji t)

Tabel 2 menunjukkan hasil uji parsial dengan ** menunjukkan tingkat signifikansi di bawah 0,05 ($p < 0,05$) dan * menunjukkan tingkat signifikansi di bawah 0,10 ($p < 0,10$). Berdasarkan Tabel 2, diketahui terdapat 5 dari 10 variabel bebas yang secara individual berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha. Variabel tersebut yaitu sikap, norma subjektif, pengetahuan kewirausahaan, pengalaman wirausaha, dan program studi dengan masing-masing memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,001; 0,006; 0,000; dan 0,000 ($p \text{ value} < 0,05$), 0,067 ($p \text{ value} < 0,10$). Dengan demikian, hipotesis H1, H2, H4, H7, dan H8 dapat diterima. Sedangkan, H3, H5, H6, H9, dan H10 tidak dapat diterima.

Tabel 2.
HASIL UJI PARSIAL

Variabel Independen	Koefisien	t _{hitung} dan F _{hitung}	Sig.
Konstanta	1,982	0,508	0,612
Sikap	0,238	3,330	0,001**
Norma Subjektif	0,148	2,757	0,006**
Religiusitas	-0,087	-1,084	0,279
Pengetahuan Kewirausahaan	0,609	9,207	0,000**
Jenis Kelamin	0,083	0,201	0,841
Usia	-0,041	-0,254	0,799
Program Studi	0,652	1,836	0,067*
Pengalaman Wirausaha	1,386	3,601	0,000**
Mata Kuliah Kewirausahaan	-0,186	-0,478	0,633
Organisasi Kampus	-0,083	-0,203	0,839

Sumber: Data diolah (2021)

Pembahasan

Mengacu pada hasil estimasi regresi, variabel sikap diketahui memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Hal tersebut mengartikan bahwa semakin positif sikap mahasiswa terhadap wirausaha maka semakin tinggi minat mahasiswa untuk berwirausaha. Selain itu, hasil ini juga sejalan dengan *theory of reasoned action* yang menjelaskan bahwa minat seseorang ditentukan oleh sikap (Ajzen, 2012), yang dalam hal ini adalah sikap mahasiswa untuk berwirausaha. Sekaligus temuan ini juga konsisten dengan hasil studi terdahulu yang menyebutkan bahwa sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha (Adi *et al.*, 2018; Utami, 2017; Yordanova & Tarrazon, 2010).

Variabel berikutnya yaitu norma subjektif juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Artinya, semakin tinggi dukungan yang diberikan dari berbagai pihak akan berdampak pada tingginya minat mahasiswa untuk berwirausaha. Dalam *theory of reasoned action* dijelaskan bahwa norma subjektif dapat memengaruhi minat seseorang dalam menentukan sesuatu (Ajzen, 2012), di mana dalam hal ini adalah minat seseorang dalam berwirausaha. Hasil penelitian ini sejalan dengan beberapa penelitian terdahulu yang juga menemukan hasil bahwa norma subjektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha (Kautonen *et al.*, 2013; Tong *et al.*, 2011; Utami, 2017).

Selanjutnya, berdasarkan hasil estimasi diketahui bahwa religiusitas tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Artinya, religiusitas belum mampu mendorong minat mahasiswa untuk berwirausaha. Hasil penelitian ini bertentangan dengan teori minat (Crow & Crow, 1989 dalam Nugroho & Nurkhin, 2019), di mana dalam teori tersebut disebutkan bahwa religiusitas merupakan salah satu faktor yang dapat mendorong minat seseorang untuk melakukan sesuatu. Tidak berpengaruhnya religiusitas terhadap minat berwirausaha diduga karena unsur religiusitas yang meliputi hukum-hukum Islam, etika bisnis Islami, dan kemanfaatan bisnis bagi lingkungan tidak terlalu menjadi alasan ketika ingin berwirausaha, terlebih pemahaman religiusitas antara satu orang dengan yang lainnya juga berbeda-beda (Inawati *et al.*, 2021; Rosyidah & Lestari, 2013). Hasil temuan ini selaras dengan studi terdahulu yang dilakukan oleh Inawati *et al.* (2021) dan Nugroho & Nurkhin (2019) yang menyebutkan bahwa religiusitas tidak berpengaruh terhadap minat seseorang.

Berikutnya, dari hasil analisis pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa semakin tinggi pengetahuan mahasiswa mengenai kewirausahaan, maka minat untuk berwirausaha juga akan semakin tinggi. Pengetahuan kewirausahaan mengacu pada seberapa tahu pemahaman mengenai kewirausahaan, di mana calon wirausahawan harus mampu menganalisa peluang usaha dan mengelola usaha tersebut dengan baik (Roxas, 2014). Pengetahuan kewirausahaan dapat diperoleh mahasiswa melalui pembelajaran diperkuliahan atau dengan mengikuti berbagai pelatihan kewirausahaan, sehingga mahasiswa dapat memperoleh wawasan serta gambaran mengenai bisnis yang akan ditekuni. Hasil temuan ini sejalan dengan beberapa penelitian terdahulu yang juga menemukan hasil bahwa pengetahuan kewirausahaan berpengaruh terhadap minat berwirausaha (Jailani *et al.*, 2017; Roxas, 2014; Suryaningsih & Agustin, 2020).

Kemudian, dari enam variabel demografi yang digunakan, hanya terdapat dua variabel yang berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha, yaitu program studi dan pengalaman wirausaha. Sementara itu, berdasarkan hasil analisis, variabel jenis kelamin teridentifikasi tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Hal ini menandakan bahwa tidak semua mahasiswa IAIN Salatiga, baik laki-laki maupun perempuan memiliki minat untuk berwirausaha, artinya semua dikembalikan kepada pribadi dan cara pandang masing-masing tentang berwirausaha. Hasil ini mengonfirmasi penelitian sebelumnya yang juga menemukan bahwa jenis kelamin tidak memiliki perbedaan signifikan terhadap minat berwirausaha (Adha *et al.*, 2020; Hasanah & Nurhasikin, 2019; Trihudyatmanto, 2019). Selain itu, variabel usia juga ditemukan tidak memiliki pengaruh terhadap minat berwirausaha. Hasil ini diduga karena mahasiswa yang berusia lebih muda cenderung belum memikirkan terkait peluang kerja. Sedangkan, mahasiswa yang berusia lebih tua, dituntut untuk berpikir setelah mereka menamatkan

studinya. Hasil temuan ini mendukung temuan sebelumnya yang menyatakan bahwa usia mahasiswa tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha (Indarti & Rostiani, 2008; Muhar, 2013).

Faktor demografi lain yang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha yaitu program studi mahasiswa. Mahasiswa yang mengambil program studi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Salatiga memiliki minat berwirausaha yang lebih tinggi dibandingkan mahasiswa di luar FEBI. Sebagaimana studi terdahulu yang juga menyebutkan bahwa mahasiswa yang berasal dari program studi ekonomi dan bisnis cenderung memiliki minat yang lebih tinggi untuk berwirausaha (Karhunen & Ledyeva, 2010; Solesvik, 2013). Selain itu, variabel yang juga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha adalah pengalaman wirausaha. Artinya, semakin bertambah pengalaman praktik wirausaha yang dilakukan mahasiswa, maka minat untuk berwirausaha pun akan semakin tinggi. Pengalaman berwirausaha dapat memberikan pengetahuan dan sebagai sarana mahasiswa untuk beradaptasi dengan lingkungan bisnis (Cardon *et al.*, 2009).

Selanjutnya, variabel mata kuliah kewirausahaan ditemukan tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Temuan ini mengindikasikan bahwa ilmu kewirausahaan yang diperoleh dari mata kuliah kewirausahaan tidak serta-merta memengaruhi mahasiswa untuk berwirausaha. Selain itu, tidak berpengaruhnya mata kuliah kewirausahaan terhadap minat berwirausaha dikarenakan *mindset* terkait risiko dan tanggung jawab dalam melakukan usaha masih tinggi. Hasil ini, sependapat dengan temuan Indriyatni (2013), bahwa mata kuliah kewirausahaan tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Terakhir, variabel organisasi kampus tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Hal ini menunjukkan bahwa minat mahasiswa dalam berwirausaha tidak dipengaruhi oleh keikutsertaan mahasiswa pada organisasi di kampus.

KESIMPULAN

Sebagaimana telah dibahas di atas, berwirausaha merupakan salah satu aktivitas yang dapat berdampak positif baik bagi diri sendiri maupun kepada lingkungan sekitarnya. Pentingnya dukungan dari berbagai pihak serta sikap positif terhadap bisnis mampu meningkatkan intensi seseorang untuk memulai sebuah usaha. Terbukti, dari hasil temuan penelitian ini bahwa sikap dan norma subjektif secara positif dan signifikan mampu memengaruhi minat untuk berwirausaha. Di samping itu, pengetahuan mengenai dunia usaha/bisnis juga harus terus ditingkatkan agar motivasi berwirausaha semakin meningkat. Yang mana, berdasarkan hasil temuan penelitian, pengetahuan kewirausahaan mampu berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Selain itu, pengalaman praktik wirausaha juga harus dimulai oleh mahasiswa agar intensi berwirausaha juga meningkat.

Mengacu dari hasil penelitian ini, rekomendasi yang dapat diberikan kepada instansi perguruan tinggi khususnya IAIN Salatiga yaitu diharapkan terus mendorong mahasiswa untuk meningkatkan minat berwirausaha, upaya tersebut dapat dilakukan dengan melalui penguatan materi perkuliahan mengenai kewirausahaan dan pembekalan skill wirausaha. Penelitian ini terbatas pada populasi yang digunakan yaitu hanya mahasiswa IAIN Salatiga. Oleh karena itu, disarankan untuk penelitian yang akan datang untuk menambah jumlah variabel penelitian yang memiliki keterkaitan dengan minat berwirausaha, seperti variabel motivasi, efikasi diri, dan *adversity quotient*, menggunakan teknik analisis lain, dan memperluas populasi penelitian. Sehingga, mampu memberikan hasil dan rekomendasi yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, A. A., & Sulaiman, N. N. (2013). Factors That Influence the Interest of Youths in Agricultural Entrepreneurship. *International Journal of Business and Social Science*, 4(3), 288–302.
- Adha, M. A., Arifin, I., Maisyaroh, Sultoni, & Sunarni. (2020). Perbedaan Minat Berwirausaha Berdasarkan Jenis Kelamin Mahasiswa. *Jurnal Administrasi Dan Manajemen Pendidikan*, 3(3), 208–215.
- Adi, F., Sumarwan, U., & Fahmi, I. (2018). Pengaruh Faktor Sikap, Norma Subjektif, Demografi,

Anam, Mochlasin, Yulianti, Afisa, & Safitri. Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Religiusitas, Pengetahuan Kewirausahaan, dan Faktor Demografi terhadap Minat Berwirausaha

Sosioekonomi serta Literasi Keuangan Syariah dan Konvensional terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa. *Al-Muzara'ah*, 5(1), 1–20. <https://doi.org/10.29244/jam.5.1.1-20>

Adnyana, I. G. L. A., & Purnami, N. M. (2016). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Self Efficacy dan Locus of Control pada Niat Berwirausaha. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 5(2), 1160–1188.

Ajzen, I. (2012). Martin fishbein's legacy: The reasoned action approach. *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 640(1), 11–27. <https://doi.org/10.1177/0002716211423363>

Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding Attitudes and Predicting Social Behaviour*. Englewood Cliffs: Prentice-Hall.

Andika, M., & Madjid, I. (2012). Analisis Pengaruh Sikap, Norma Subyektif dan Efikasi Diri terhadap Intensi Berwirausaha pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Syiah Kuala (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Syiah Kuala). *Eco Entrepreneurship Seminar & Call for Paper "Improving Performance by Improving Environment,"* 190–197.

Anggraeni, B., & Harnanik. (2015). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Lingkungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha Siswa Kelas XI SMK Islam Nusantara Comal Kabupaten Pematang. *Dinamika Pendidikan*, 10(1), 42–52. <https://doi.org/10.15294/dp.v10i1.5093>

Anwar, D., Marnola, I., & Suryani. (2019). Pengaruh Religiusitas dan Komunitas terhadap Motivasi Berwirausaha Para Pemuda. *JEBI: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 4(2), 181–192.

Anwari, M., & Hati, S. R. H. (2020). Analysis of Motivational Factors of MSMEs Entrepreneurs to Be Halalpreneurs. *International Journal of Business and Society*, 21(3), 1122–1138. <https://doi.org/10.33736/ijbs.3316.2020>

Audretsch, D. B., Boente, W., & Tamvada, J. P. (2007). Religion and Entrepreneurship. *Jena Economic Research Papers*, 75, 1–27.

Cardon, M. S., Wincent, J., Singh, J., & Drnovsek, M. (2009). The nature and experience of entrepreneurial passion. *Academy of Management Review*, 34(3), 511–532. <https://doi.org/10.5465/AMR.2009.40633190>

Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches*. Thousand Oaks, California: SAGE Publications Inc.

Cruz, L. da, Suprapti, N. W. S., & Yasa, N. N. K. (2015). Aplikasi Theory of Planned Behavior dalam Membangkitkan Niat Berwirausaha bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Unpaz, Dili Timor Leste. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 4(12), 895–920.

Fauzan. (2014). Hubungan Religiusitas dan Kewirausahaan: Sebuah Kajian Empiris dalam Perspektif Islam. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 10(2), 147–157. <https://doi.org/10.21067/jem.v10i2.779>

Gaddam, S. (2008). Identifying the Relationship Between Behavioral Motives and Entrepreneurial Intentions: An Empirical Study Based on the Perceptions of Business Management Students. *The Icfaian Journal of Management Research*, 7, 35–55.

Gujarati, D. N., & Porter, D. C. (2009). *Basic Econometrics* (5th ed.). New York: McGraw-Hill.

Harackiewicz, J. M., & Hulleman, C. S. (2010). The Importance of Interest: The Role of Achievement Goals and Task Values in Promoting the Development of Interest. *Social and Personality*

- Psychology Compass*, 4(1), 42–52. <https://doi.org/10.1111/j.1751-9004.2009.00207.x>
- Hasanah, A., & Nurhasikin, N. (2019). Analisis Faktor-Faktor yang Berpengaruh terhadap Niat Berwirausaha Mahasiswa. *Journal of Applied Business Administration*, 3(2), 194–204. <https://doi.org/10.30871/jaba.v3i2.1534>
- Hendrawan, J. S., & Sirine, H. (2017). Pengaruh Sikap Mandiri, Motivasi, Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus pada Mahasiswa FEB UKSW Konsentrasi Kewirausahaan). *Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 2(3), 291–314.
- Inawati, Y., Anam, M. S., Wicaksono, P. N., Safaah, N., & Arinta, Y. N. (2021). Analisis Determinan Minat Mahasiswa dalam Berinvestasi di Pasar Modal Syariah. *Adz-Dzahab: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 6(1), 25–37. <https://doi.org/10.47435/adz-dzahab.v6i1.560>
- Indarti, N., & Langenberg, M. (2004). Factors affecting business success among SMEs: Empirical evidences from Indonesia. *Second Bi-Annual European Summer University*, 1–14.
- Indarti, N., & Rostiani, R. (2008). Intensi Kewirausahaan Mahasiswa: Studi Perbandingan Antara Indonesia, Jepang dan Norwegia. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*, 23(4), 369–384. <https://doi.org/10.22146/jieb.6316>
- Indrawati, S. (2017). Pengaruh Sikap dan Norma Subjektif terhadap Minat Berwirausaha Siswa SMK Immanuel II. *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Khatulistiwa*, 6(12), 1–10.
- Indrayanti, W., & Iskandar, D. D. (2020). Teori Perilaku Terencana dan Minat Wirausaha Pemuda di Kabupaten Tegal. *Asset: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 1–12. <https://doi.org/10.24269/asset.v3i1.2673>
- Indriyatni, L. (2013). Pengaruh Matakuliah Kewirausahaan dalam Menumbuhkan Minat Mahasiswa untuk Berwirausaha (Studi Kasus pada Mahasiswa STIE Pelita Nusantara Semarang). *Fokus Ekonomi*, 8(1), 52–59.
- Jailani, M., Rusdarti, & Sudarma, K. (2017). Pengaruh Kewirausahaan, Motivasi Belajar, Sosial Ekonomi Orang Tua dan Self Efficacy terhadap Minat Berwirausaha Siswa. *Journal of Economic Education*, 6(1), 52–59.
- Karhunen, P., & Ledyeva, S. (2010). Determinants of Entrepreneurial Interest and Risk Tolerance Among Russian University Students: Empirical Study. *Journal of Enterprising Culture*, 18(3), 229–263. <https://doi.org/10.1142/s0218495810000574>
- Kautonen, T., van Gelderen, M., & Tornikoski, E. T. (2013). Predicting entrepreneurial behaviour: A test of the theory of planned behaviour. *Applied Economics*, 45(6), 697–707. <https://doi.org/10.1080/00036846.2011.610750>
- Lejap, H. H. T., Moko, W., & Ratnawati, K. (2020). Minat berwirausaha dari mahasiswa di Nusa Tenggara Timur. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 23(1), 129–148. <https://doi.org/10.24914/jeb.v23i1.2822>
- Muhar, A. M. (2013). Faktor Penentu Minat Berwirausaha di Kalangan Mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri (Studi Perbandingan Mahasiswa USU, Unimed, dan IAIN). *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 5(1), 15–29.
- Nastiti, T., Indarti, N., & Rostiani, R. (2010). Minat Berwirausaha Mahasiswa Indonesia Dan Cina. *Journal of Management and Business*, 9(2), 187–200. <https://doi.org/10.24123/jmb.v9i2.164>

Anam, Mochlasin, Yulianti, Afisa, & Safitri. Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Religiusitas, Pengetahuan Kewirausahaan, dan Faktor Demografi terhadap Minat Berwirausaha

Nisa, K., & Murniawaty, I. (2020). Pengaruh Atribut Personal, Lingkungan Keluarga, dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Economic Education Analysis Journal*, 9(1), 84–89. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v9i1.37229>

Nowiński, W., Haddoud, M. Y., Lančarič, D., Egerová, D., & Czeglédi, C. (2017). The impact of entrepreneurship education, entrepreneurial self-efficacy and gender on entrepreneurial intentions of university students in the Visegrad countries. *Studies in Higher Education*, 44(2), 361–379. <https://doi.org/10.1080/03075079.2017.1365359>

Nugroho, A. S., & Nurkhin, A. (2019). Pengaruh Religiusitas, Pendapatan, Pengetahuan Zakat terhadap Minat Membayar Zakat Profesi Melalui Baznas dengan Faktor Usia sebagai Variabel Moderasi. *Economic Education Analysis Journal*, 8(3), 955–966. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v8i3.35723>

Nugroho, E. (2018). *Prinsip-prinsip Menyusun Kuesioner*. Malang: UB Press.

Nuryanto, U. W., Mz, M. D., Sutawijaya, A. H., & Saluy, A. B. (2020). Analisis Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Efikasi Diri dan Kecerdasan Emosi terhadap Minat Wirausaha. *Dynamic Management Journal*, 4(1), 1–10. <https://doi.org/10.31000/dmj.v4i1.2509>

Pujiastuti, Y., & Filantrovi, E. W. (2018). Gambaran Minat Kewirausahaan Mahasiswa (Studi terhadap Mahasiswa STIE Bank BPD Jateng). *Jurnal Manajemen*, 15(2), 169–180.

Purba, B., SN, A., Purba, E., Sitorus, S., Panjaitan, P. D., Damanik, D., Lubis, M. I. A., M, M., Rahmadana, M. F., Khairad, F., Ginting, A. M., Muhammadin, A., & Simarmata, H. M. P. (2021). *Ekonomi Demografi*. Medan: Yayasan Kita Menulis.

Puspitaningsih, F. (2014). Pengaruh Efikasi Diri dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Melalui Motivasi. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 2(2), 224–236. <https://doi.org/10.26740/jepk.v2n2.p223-235>

Putri, T. S., Garnasih, R. L., & Ibrahim, R. (2014). Pengaruh Sosio Demografi dan Kemampuan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi di Universitas Islam Riau. *Jom Fekon*, 1(2), 1–15.

Ramayah, T., & Harun, Z. (2005). Entrepreneurial intention among the student of Universiti Sains Malaysia. *International Journal of Management and Entrepreneurship*, 1(1), 8–20.

Riyanti, B. P. D. (2003). *Kewirausahaan dari Sudut Pandang Psikologi Kepribadian*. Jakarta: Grasindo.

Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Yogyakarta: Deepublish.

Robyardi, E. (2012). Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Palembang. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 8(4), 17–23.

Rosmiati, Junias, D. T. S., & Munawar. (2015). Sikap, Motivasi, dan Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 17(1), 21–30. <https://doi.org/10.9744/jmk.17.1.21-30>

Rosyidah, S. M., & Lestari, W. (2013). Religiusitas dan Persepsi Risiko dalam Pengambilan Keputusan Investasi pada Perspektif Gender. *Journal of Business and Banking*, 3(2), 189–200. <https://doi.org/10.14414/jbb.v3i2.236>

Roxas, B. (2014). Effects of entrepreneurial knowledge on entrepreneurial intentions: A longitudinal study of selected South-east Asian business students. *Journal of Education and Work*, 27(4), 432–

453. <https://doi.org/10.1080/13639080.2012.760191>

- Rukiyanto, B. A. (2021). *Pendidikan Religiusitas untuk Perguruan Tinggi*. Yogyakarta: Sanata Dharma University Press.
- Said, I. N., & Iskandar, D. D. (2020). Persepsi Peluang Kerja, Minat dan Perilaku Wirausaha Mahasiswa: Analisis dari Perspektif Theory of Planned Behavior. *AdBispreneur: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 5(2), 201–210. <https://doi.org/10.24198/adbispreneur.v5i2.27300>
- Santi, N., Hamzah, A., & Rahmawati, T. (2017). Pengaruh Efikasi Diri, Norma Subjektif, Sikap Berperilaku, dan Pendidikan Kewirausahaan terhadap Intensi Berwirausaha. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 1(1), 63–74.
- Simanihuruk, P., Tamba, D., & Sagala, R. (2021). Pengaruh Sikap, Norma Subyektif dan Kontrol Perilaku yang Dirasakan terhadap Minat Berwirausaha dengan Pendekatan Theory of Planned Behaviour. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 21(1), 98–112.
- Siswoyo, H. B. B. (2009). Pengembangan Jiwa Kewirausahaan di Kalangan Dosen dan Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 14(2), 114–123.
- 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>
- Stark, R., & Glock, C. Y. (1968). *American Piety: The Nature of Religious Commitment*. California: University of California Press.
- Sudirman L, Damirah, & Budiono, I. N. (2018). Pengembangan Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Parepare. *Diktum: Jurnal Syari'ah Dan Hukum*, 16(1), 16–31.
- Sudrajat, Y. (2015). Peningkatan Minat Mahasiswa Berwirausaha. *Sosio E-Kons*, 7(3), 246–254.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (2nd ed.). Bandung: Alfabeta.
- Sulhaini, S., Ardiani, B. N. A., & Rosiana, W. (2020). Usaha Pariwisata Halal: Self-Efficacy, Pengetahuan Pariwisata Halal, Religiusitas dan Minat Berwirausaha Mahasiswa Di Nusa Tenggara Barat. *Jurnal Magister Manajemen Universitas Mataram*, 9(3), 257–269. <https://doi.org/10.29303/jmm.v9i3.519>
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran* (2nd ed.). Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Suryaningsih, T., & Agustin, T. M. (2020). Pengaruh Kepribadian dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 13(1), 42–49. <https://doi.org/10.17977/um014v13i12020p042>
- Syahrani, & Debiyani, R. (2020). Peran Gender dalam Niat Berwirausaha. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 16(3), 237–242. <https://doi.org/10.31940/jbk.v16i3.2196>
- Tong, X. F., Tong, D. Y. K., & Loy, L. C. (2011). Factors Influencing Entrepreneurial Intention Among University Students. *International Journal of Social Sciences and Humanity Studies*, 3(1), 487–496.
- Trihudiyatmanto, M. (2019). Membangun Minat Berwirausaha Mahasiswa Dengan Pengaruh Faktor E-

Anam, Mochlasin, Yulianti, Afisa, & Safitri. Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Religiusitas, Pengetahuan Kewirausahaan, dan Faktor Demografi terhadap Minat Berwirausaha

Commerce, Pengetahuan Kewirausahaan dan Gender. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat UNSIQ*, 6(2), 93–103. <https://doi.org/10.32699/ppkm.v6i2.678>

Utami, C. W. (2017). Attitude, Subjective Norms, Perceived Behavior, Entrepreneurship Education and Self-efficacy toward Entrepreneurial Intention University Student in Indonesia. *European Research Studies Journal*, 20(2A), 475–495. <https://doi.org/10.35808/ersj/654>

Verheul, I., Thurik, R., Grilo, I., & Van der Zwan, P. (2012). Explaining preferences and actual involvement in self-employment: Gender and the entrepreneurial personality. *Journal of Economic Psychology*, 33(2), 325–341. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2011.02.009>

Wibowo, B. (2017). Religiosity and Entrepreneurial Intention. *Etikonomi*, 16(2), 187–206. <https://doi.org/10.15408/etk.v16i2.4963>

Yang, J. (2013). The theory of planned behavior and prediction of entrepreneurial intention among Chinese undergraduates. *Social Behavior and Personality*, 41(3), 367–376. <https://doi.org/10.2224/sbp.2013.41.3.367>

Yordanova, D. I., & Tarrazon, M. A. (2010). Gender differences in entrepreneurial intentions: Evidence from Bulgaria. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 15(3), 245–261. <https://doi.org/10.1142/S1084946710001543>