

Analisis Pengaruh *Entrepreneurship Education* dan *Self-Concept* terhadap *Entrepreneurial Intention* Mahasiswa Gen Z

Arifah Rochmatis Syahni

Universitas Terbuka, Bengkulu, Indonesia

e-mail: arifahrochmatis@gmail.com

Abstrak

Niat kewirausahaan (Entrepreneurial Intention) merupakan penentu strategis yang menentukan keinginan individu untuk memulai serta mengelola sebuah bisnis yang sukses. Karakteristik dari niat kewirausahaan tampak pada individu yang mulai menyadari keinginan mereka untuk mendirikan bisnis baru atau mewujudkan berbagai nilai inti yang baru dalam organisasi mereka saat ini. Adapun tujuannya dari penelitian ini guna menganalisis korelasi antara pendidikan kewirausahaan (Entrepreneurship Education) maupun persepsi konsep diri (Self-Concept) di kalangan mahasiswa. Secara spesifik, pendidikan kewirausahaan (Entrepreneurship Education) dan konsep diri (Self-Concept) dimanfaatkan sebagai indikator pengukuran untuk menelaah keterkaitan serta dampaknya terhadap niat kewirausahaan (Entrepreneurial Intention). Penelitian ini mengumpulkan data melalui kuesioner dengan total 16 pertanyaan yang didistribusikan kepada seluruh responden. Sebanyak 150 mahasiswa menjadi partisipan dalam penelitian ini yang dipilih secara acak menggunakan metode sampling sederhana dari populasi mahasiswa di Indonesia. Analisis data pada penelitian ini dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 25.0. Temuan ini mengungkapkan bahwasanya ditemukan adanya hubungan antara variabel independen yakni Pendidikan Kewirausahaan (Entrepreneur Education) dan Konsep Diri (Self-Concept) terhadap variabel dependen yaitu Niat Kewirausahaan (Entrepreneurial Intention). Kedua variabel independen tersebut secara bersama-sama memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Niat Kewirausahaan pada mahasiswa Gen Z.

Kata kunci: *Entrepreneurial intention, entrepreneurship education, mahasiswa generasi z, self-concept*

PENDAHULUAN

Ketenagakerjaan selalu menjadi topik pembahasan di banyak negara seperti Indonesia, India, Tiongkok, dan Nigeria. Jumlah pencari kerja melebihi jumlah lapangan kerja yang ada. Disebabkannya hal ini karena ketidakseimbangan antara jumlah pengangguran dan peluang kerja yang ada. Ketenagakerjaan dikenal sebagai hubungan antara dua pihak, yang biasanya didasarkan pada kontrak di mana pekerjaan dibayar. Dalam hubungan ini, satu pihak dapat berupa perusahaan, organisasi nirlaba maupun organisasi laba, koperasi, atau entitas lain yang berperan sebagai pemberi kerja, sementara pihak lainnya adalah karyawan (Dakin & Armstrong, 1989).

Namun, masalah pengangguran belum pernah terselesaikan sepenuhnya karena banyak sumber daya manusia yang tidak mampu bersaing guna memperoleh pekerjaan. Sebagaimana data dari Badan Pusat Statistik pada Agustus 2019, jumlah pengangguran tercatat sebanyak 8,13 juta orang, di mana 5,67 persen di antaranya adalah lulusan sarjana. Jumlah ini meningkat menjadi 9,77 juta orang dengan persentase lulusan sarjana sebesar 7,35 persen. Data terbaru mengenai tingkat pengangguran berdasarkan tingkat pendidikan pada lulusan sarjana 2022 sebesar 4,80 persen masih turut mengalami peningkatan pada 2023 sebesar 5,18 persen. Dari data tersebut, disimpulkan bahwasanya pencapaian pendidikan yang lebih tinggi tidak selalu menjamin

seseorang memperoleh pekerjaan.

Tidak dapat disangkal bahwasanya Indonesia menghadapi kurangnya prospek pekerjaan bagi lulusan perguruan tinggi yang menganggur secara intelektual. Setiap tahun, jumlah lulusan perguruan tinggi terus meningkat, sementara kesempatan kerja yang tersedia semakin berkurang. Tidak dapat diharapkan bahwasanya lembaga pemerintahan maupun sektor swasta dapat menyerap semua lulusan karena jumlah individu yang membutuhkan pekerjaan tidak seimbang dengan jumlah peluang kerja yang ada. Indonesia telah memasuki era persaingan global, termasuk Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA), di mana lulusan Indonesia dituntut untuk memiliki daya saing seimbang dengan lulusan luar negeri yang turut bersaing dalam mencari pekerjaan. Dengan kata lain, para lulusan sarjana di Indonesia harus beralih ke penciptaan lapangan kerja setelah lulus, daripada sekadar mencari pekerjaan. Hal ini bertujuan untuk membantu pemerintah dalam menekan tingkat kemiskinan, menurunkan jumlah pengangguran, serta meningkatkan taraf hidup masyarakat.

Masalah pengangguran di Indonesia menciptakan peluang bagi masyarakat untuk mulai berwirausaha. Kewirausahaan merupakan salah satu pilar utama dalam mendukung pertumbuhan ekonomi suatu negara (Rahayu, 2019). Seorang wirausahawan adalah individu yang melakukan aktivitas bisnis atau seseorang yang memulai dan menjalankan usaha (Daryanto, 2012). Biasanya, seseorang harus memiliki niat kewirausahaan sebelum menjadi wirausahawan. Niat kewirausahaan adalah keinginan seseorang untuk membuka usaha sendiri dan memanfaatkan peluang untuk menciptakan produk serta layanan baru. Niat kewirausahaan dapat dipahami sebagai pemikiran yang memberikan dorongan bagi individu dalam menciptakan bisnis (Rasli et al., 2013; Christina, 2017).

Sejauh ini, tingkat kewirausahaan di bandingkan dengan beberapa negara Asia lainnya seperti Singapura, Malaysia, Thailand, dan Vietnam, posisi Indonesia masih tergolong lebih rendah secara relatif (Siska & Adi, 2019). Kewirausahaan masih dianggap sebagai pekerjaan alternatif bagi masyarakat Indonesia, sehingga tidak jarang mahasiswa di Indonesia ragu untuk menjadi wirausahawan dan membuka usaha sendiri. Kondisi ini menunjukkan bahwasanya tingkat kewirausahaan di Indonesia masih tergolong rendah. Indonesia hanya menempati peringkat ke-94 dari 137 negara dalam hal kewirausahaan (Republika, 2018; Siska & Adi, 2019).

Kewirausahaan di Indonesia mendapatkan perhatian besar dari berbagai kalangan. Indonesia masih membutuhkan lebih banyak wirausahawan untuk mengembangkan perekonomian negara. Secara tidak langsung, hal tersebut juga bisa menjadi solusi bagi permasalahan pengangguran. Seorang wirausahawan dapat menciptakan lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat, sekaligus mendorong pertumbuhan industri baru. Sebagai bagian dari masyarakat yang terdidik, mahasiswa sarjana diharapkan dapat membuka lapangan kerja dengan menumbuhkan minat menjadi seorang wirausahawan.

Penelitian mengenai niat kewirausahaan telah mengidentifikasi beberapa faktor yang memengaruhi niat kewirausahaan di kalangan mahasiswa sarjana, khususnya di Indonesia. Faktor-faktor tersebut meliputi pendidikan kewirausahaan (Siska & Adi, 2019; Patricia & Christian, 2016; Takawira, 2020), dan konsep diri (Dwi, Tri, & Bambang, 2019; Benectus, 2017).

Adapun tujuannya dari penelitian ini yaitu: 1) Untuk menguji pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap minat kewirausahaan mahasiswa generasi Z; 2) Untuk menguji bagaimana pengaruh konsep diri terhadap minat kewirausahaan pada mahasiswa generasi Z, yang dapat memberikan kontribusi pemikiran dan menjadi referensi bagi calon wirausahawan, mahasiswa, serta masyarakat umum dalam memahami kewirausahaan khususnya terkait pengaruh

pendidikan kewirausahaan dan konsep diri terhadap minat berwirausaha serta sebagai dasar pertimbangan dalam menerapkan variabel-variabel penelitian ini guna mendorong pengembangan minat berwirausaha.

Pendidikan kewirausahaan adalah aktivitas untuk menempatkan pengetahuan dan keterampilan dalam menjalankan suatu usaha yang menghasilkan pengetahuan dan keterampilan (Wibowo & Pramudana, 2016). Pendidikan kewirausahaan dapat menjadi faktor utama dalam menumbuhkan minat kewirausahaan di kalangan mahasiswa. Melalui pendidikan kewirausahaan, mahasiswa dibekali dengan kompetensi dan sikap yang diperlukan untuk menghadapi serta mengevaluasi tantangan yang ada. Oleh karena itu, pendidikan kewirausahaan memiliki peran penting dalam memengaruhi niat kewirausahaan (Siska & Adi, 2019).

Peran universitas dalam menanamkan pendidikan kewirausahaan kepada mahasiswa sebagai satu dari sekian banyaknya faktor yang mampu menambah tingkatan jumlah wirausahawan di suatu negara. Pendidikan kewirausahaan yang diterima oleh mahasiswa tidak cukup untuk mendorong mereka memiliki niat kewirausahaan, tetapi faktor lain seperti konsep diri yang juga berperan penting (Anas et al., 2017; Siska & Adi, 2019). Dengan demikian, setelah menyelesaikan pendidikan di perguruan tinggi, mahasiswa diharapkan memiliki bekal dan dorongan untuk menjadi wirausahawan. Generasi muda merupakan salah satu keunggulan kompetitif dalam meningkatkan serta mengembangkan minat berwirausaha. Selain itu, generasi ini memiliki peran penting dalam pengembangan bisnis dan peningkatan produktivitas. Oleh karena itu, menanamkan niat kewirausahaan pada mahasiswa menjadi isu utama dalam memahami dan memulai bisnis.

Konsep diri juga dipahami sebagai determinan yang dapat memengaruhi niat kewirausahaan (Kumari & Chamundeswari, 2013; Herdjiono et al., 2018; Simanjuntak et al., 2016). Hal ini merujuk pada pandangan yang dimiliki individu mengenai dirinya sendiri sebagai makhluk fisik, sosial, serta spiritual atau moral (Gecas, 1982). Sementara itu, menurut Mortimer et al. (1982), konsep diri merujuk pada pemahaman seseorang tentang siapa atau apa dirinya (yaitu keyakinan yang berhubungan dengan diri sendiri) dan evaluasi terhadap bagaimana perasaan terhadap dirinya sendiri, yaitu penilaian yang diberikan individu terhadap kepercayaan dirinya, yang membentuk konsep diri (yakni membentuk evaluasi diri yang positif atau negatif).

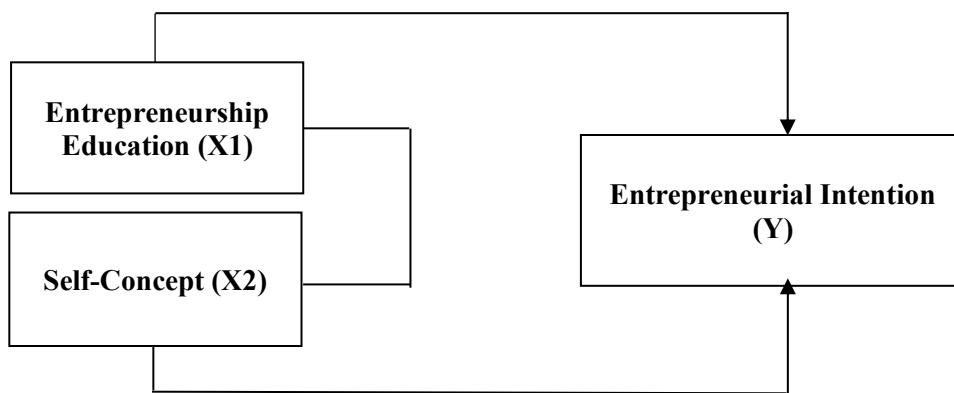
Konsep diri memungkinkan individu mengenali lingkungannya dengan lebih mudah serta cepat melihat peluang untuk berkontribusi secara strategis. Semakin tinggi konsep diri seseorang, semakin besar pula dorongan untuk berwirausaha, dan sebaliknya. Konsep diri individu berkontribusi terhadap harapan masa depan dan keyakinan untuk bangkit jika mengalami kegagalan.

Minat adalah sesuatu yang dibutuhkan seseorang untuk melangkah maju guna meningkatkan tindakannya. Niat berwirausaha (*Entrepreneurial Intention*) diartikan sebagai keadaan pikiran yang disadari yang didahulunya dengan tindakan maupun memberikan arahan perhatian pada perilaku kewirausahaan, di antaranya yaitu memulai bisnis baru dan menjadi seorang wirausahawan (Moriano et al., 2012).

Di sisi lain, Esfandiar et al. (2019) juga menyatakan bahwasanya tujuan berwirausaha merupakan penentu strategis dari keinginan seseorang untuk memulai dan menjalankan sebuah usaha. Ketika seseorang belum terlibat dalam kewirausahaan, segala sesuatu yang berkaitan dengan proses bisnis tampak lebih serius. Keadaan pikiran sadar yang meningkat, di mana seseorang ingin memulai perusahaan baru atau memberikan nilai inti baru dalam organisasi tempat mereka berada saat ini, disebut sebagai niat berwirausaha (Krueger, Reilly, dan Carsrud,

2000).

Generasi Z dikenal memiliki karakteristik yang sangat mendukung mereka untuk terjun ke dunia wirausaha. Salah satu keunggulan utama mereka adalah penguasaan teknologi yang sangat baik. Selain itu, menurut Hasan et al. (2021), generasi ini juga dikenal optimis dan terdorong oleh ambisi pribadi. Kemampuan mereka dalam mengoperasikan teknologi, internet, serta media sosial secara cepat, ditambah dengan kecenderungan untuk membangun karier tanpa harus tunduk pada aturan yang ditetapkan orang lain, menjadikan mereka sasaran yang potensial untuk pengembangan kewirausahaan di kalangan mahasiswa. Meskipun berbagai penelitian sebelumnya telah membahas daya beli tinggi generasi Z (Vieira, 2020; Uthmna, 2021; Nurfadilah et al., 2020) dan pengetahuan mereka terkait kewirausahaan (Hasan, 2021), namun kajian mengenai peran generasi Z sebagai motor penggerak ekonomi melalui ketertarikan mereka terhadap kewirausahaan masih tergolong minim.



Gambar 1. Model Konseptual Kerangka Pemikiran

Dalam studi empiris dalam konteks niat berwirausaha, ditekankan bahwasanya pendidikan kewirausahaan mempunyai pengaruhnya yang kuat maupun positif dalam membentuk niat tersebut (Chinonye et al., 2016; Ekpo & Edet, 2011; Izquierdo & Buelenz, 2011; Gelard & Saleh, 2011). Perkembangan pendidikan kewirausahaan di institusi pendidikan tinggi akan mendorong peningkatan total aset sumber daya manusia yang diperlukan untuk menemukan dan/atau mengembangkan peluang bisnis baru, sehingga tujuan untuk menjadi wirausahawan dapat tercapai. Seseorang dengan sumber daya intelektual yang lebih tinggi (seperti pendidikan tinggi dan kualifikasi) lebih mungkin untuk membangun proyek-proyek kreatif dan pertumbuhan tinggi dibandingkan dengan mereka yang memiliki sumber daya intelektual rendah. Namun, pada saat yang sama, pola kewirausahaan akan mengalami kesulitan jika individu-individu berpotensi tinggi tersebut memilih untuk tidak mengejar peluang-peluang tersebut (Acs et al., 2017).

Patricia dan Christian (2016) mengungkapkan bahwasanya ada keterkaitan yang positif antara pembelajaran kewirausahaan dengan niat kewirausahaan, di mana telah ditunjukkan bahwasanya pendidikan kewirausahaan berperan dalam memengaruhi niat kewirausahaan mahasiswa. Peserta didik yang mengikuti kelas kewirausahaan akan lebih mungkin untuk memulai bisnis mereka sendiri. Pembahasan di atas mengarah pada hipotesis berikut: (H1) “*Entrepreneurial education* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha mahasiswa gen z.”

Hubungan antara konsep diri dan niat berwirausaha telah dibahas dalam berbagai bidang. Branstatter (2011), Leuthner, Ahmetoglu, dan Chamorro (2014), serta Benedictus (2017)

mengungkapkan terdapat hubungannya yang positif diantara konsep diri maupun niat berwirausaha. Konsep diri mencakup persepsi tentang penampilan, komponen konseptual mengenai kemampuan dan keterbatasan, serta komponen sikap seperti harga diri, kepercayaan diri, dan rasa malu bagi mereka yang tertarik pada kewirausahaan.

Namun demikian, Uddin dan Bose (2012), Simanjuntak et al. (2016), Karimi et al. (2017), dan Park (2017) juga menegaskan adanya hubungan positif antara konsep diri maupun niat berwirausaha. Konsep diri serta keinginan untuk berinvestasi dalam aset dapat memacu pertumbuhan ekonomi dan menciptakan lapangan kerja baru, sekaligus mendorong penghapusan hambatan yang membentuk persepsi diri sebagai wirausahawan, yang dianggap penting. Popescu et al. (2016) melaporkan bahwasanya konsep diri sangat erat kaitannya dengan niat individu untuk menjadi wirausahawan di kalangan mahasiswa. Studi lain oleh Wijaya dan Tanumihardja (2014), Dwi et al. (2019), dan Khairani (2018) menemukan bahwasanya konsep diri merupakan indikator dari niat individu untuk menjadi wirausahawan. Dengan demikian, hipotesis berikutnya yaitu: (H2) “*Self-Concept* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha mahasiswa gen z.”

Sebagaimana pembahasan di atas, penelitian ini akan berfokus pada analisis faktor yang dapat memengaruhi niat berwirausaha, yaitu: pendidikan kewirausahaan maupun konsep diri terhadap mahasiswa gen z. Niat berwirausaha merupakan variabel kunci dalam menentukan perilaku seorang wirausahawan. Niat berwirausaha juga dapat diartikan sebagai komitmen individu dalam mencari peluang bisnis (Tung, 2011). Niat berwirausaha merupakan prediktor terbaik untuk aktivitas kewirausahaan dan upaya menciptakan bisnis baru (Iqtidar et al., 2020).

METODE

Penelitian ini berfokus pada pengaruh pendidikan kewirausahaan maupun konsep diri terhadap minat berwirausaha. Digunakannya pendekatan kuantitatif dengan metode survei agar tercapainya tujuan yang telah ditetapkan. Diperolehnya data primer dengan cara memberikan kuesioner secara daring pada mahasiswa program strata satu (S1) dari empat universitas, yaitu Universitas Terbuka, Universitas Bengkulu, Universitas Gunadarma, dan Universitas Negeri Padang. Keempat universitas tersebut dipilih karena memiliki program studi bisnis serta aktif menyelenggarakan kuliah umum dan seminar kewirausahaan (sumber: situs web masing-masing universitas).

Unit analisisnya ini meliputi individu mahasiswa, karena data yang dikumpulkan didapatkan dari persepsi maupun jawaban masing-masing responden dengan sampel yang diambil adalah sebanyak 150 responden. Digunakannya teknik *simple random sampling*, yang mana setiap anggota populasi mempunyai peluangnya yang sama agar terpilih. Pendekatan ini dipilih untuk meningkatkan keterwakilan dan objektivitas hasil penelitian.

Instrumen yang diadopsi guna menilai variabel dependen yaitu niat berwirausaha, diadaptasi dari kuesioner yang dikembangkan oleh Alya Rizkiarini Sukmawati (2021). Sementara itu, variabel independen yang dianalisis meliputi pendidikan kewirausahaan, dan konsep diri. Masing-masing variabel diukur melalui item-item pertanyaan pada kuesioner berbasis skala Likert. Penyebaran kuesioner dilakukan secara daring melalui *Google Form* selama periode 1 hingga 30 Maret 2025. Setiap jawaban pada item instrumen yang mengadopsi skala Likert memiliki tingkatan dari “sangat negatif” hingga “sangat positif.” Untuk tujuan analisis dalam bentuk data kuantitatif, masing-masing respons diberi skor: “Sangat Tidak Setuju” (STS) = 1, “Tidak Setuju” (TS) = 2, “Netral” (RR) = 3, “Setuju” (S) = 4, maupun “Sangat Setuju” (SS) = 5. Metode analisis

data ini mengadopsi analisis regresi linier berganda.

Setelah proses pengumpulan data selesai, perangkat lunak *Statistical Package for the Social Sciences (SPSS)* versi 25.0 dipergunakan dalam menganalisis reliabilitas, korelasi, maupun regresi, guna menarik kesimpulan berdasarkan hasil analisis tersebut. Analisis reliabilitas mengungkapkan bahwasanya suatu instrumen cukup dapat dipercaya agar dipergunakan sebagai alat dalam pengumpulan data. Data dapat dinyatakan reliabel jika mencerminkan konsistensi dan stabilitas dari instrumen tersebut (Imam Ghozali, 2005). Menurut Sugiyono (2015), Cronbach's Alpha (CA) yang mendekati nilai satu mengindikasikan konsistensi instrumen yang sangat baik. Instrumen dikatakan layak digunakan apabila $CA > 0,60$. Namun, bila $< 0,60$, maka instrumen tersebut dinilai kurang andal. Uji korelasi dilakukan untuk menelaah keterkaitan antara dua variabel yang dikaji (Sugiyono, 2003). Menurut Sugiyono (2015), analisis korelasi dibagi menjadi korelasi Pearson yang dilakukan untuk menginterpretasikan kekuatan dan arah hubungan antara dua variabel. Analisis regresi berganda sebagai pendekatan statistik yang digunakan untuk mengkaji intensitas relasi dan kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat ketika terdapat lebih dari dua prediktor (Suharyadi & Purwanto, 2004). Burns dan Bush (2000) menjelaskan bahwasanya metode ini sebagai perluasan dari regresi bivariat, dengan memasukkan lebih dari satu variabel bebas ke dalam formulasi regresi. Coakes (2012) berpendapat bahwasanya analisis ini dapat membantu peneliti dalam menentukan seberapa besar varians dependen dapat dijelaskan oleh independen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari penyebaran kuesioner yang dilakukan di empat universitas terpilih di Indonesia disajikan dalam bab ini. Data sebanyak 150 responden dianalisis menggunakan perangkat lunak *Statistical Package for the Social Sciences (SPSS)* versi 25.0. Hubungan antara variabel-variabel independen maupun dependen dianalisis melalui uji korelasi. Pengaruh pendidikan kewirausahaan dan konsep diri terhadap niat berwirausaha dianalisis menggunakan regresi berganda. Analisis regresi berganda diadopsi menentukan faktor yang paling berpengaruh terhadap niat berwirausaha di kalangan mahasiswa gen Z di Indonesia.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Variabel	Karakteristik	Frekuensi	Persentase Responden
		Laki-Laki	
Jenis Kelamin	Perempuan	93	62
	17-21 Tahun	63	42
Usia	22-26 Tahun	64	42,7
	26-30 Tahun	23	15,3

Variabel	Karakteristik	Frekuensi	Persentase Responden
Semester saat ini	1-2 Semester	100	66,7
	2-4 Semester	4	2,7
	5-6 Semester	8	5,3
Niat Berwirausaha	7-8 Semester	38	25,3
	Ya	133	88,7
	Tidak	17	11,3

(Sumber: Data Primer Diolah, 2025)

Tabel 1 menunjukkan bahwasanya mayoritas respondennya yaitu perempuan, yaitu sebanyak 93 orang atau 62 persen dari total responden, sedangkan responden laki-laki berjumlah 57 orang atau 38 persen.

Untuk kelompok usia, mayoritas responden berada pada rentang usia 22–26 tahun, dengan jumlah 64 responden. Kelompok usia ini memiliki persentase tertinggi, yaitu sebesar 42,7 persen. Diikuti oleh kelompok usia kedua tertinggi yaitu 17–21 tahun dengan jumlah 63 responden (42 persen). Jumlah responden terendah berasal dari kelompok usia di bawah 30 tahun, dengan hanya 23 responden atau sebesar 15,3 persen dari total responden.

Berdasarkan semester saat ini, sebagian besar responden berada pada semester 1–2, yaitu sebanyak 100 responden atau 66,7 persen. Responden pada semester 7–8 berjumlah 38 orang (25,3 persen). Responden pada semester 5–6 berjumlah 8 orang (5,3 persen). Terakhir, responden dari semester 2–4 merupakan yang paling sedikit, yaitu 4 responden atau 2,7 persen.

Dari tabel 1 juga terlihat bahwasanya sebanyak 133 responden atau 88,7 persen memiliki niat untuk berwirausaha, dan hanya 11,3 persen yang tidak memiliki niat untuk berwirausaha. Dapat dilihat dari persentase tersebut bahwasanya rata-rata responden sangat tertarik untuk berwirausaha.

Hasil Pengujian Instrumen Penelitian

Tabel 2. Hasil Uji Instrumen Penelitian

Variabel	Item Pernyataan	Korelasi Item Total	Keterangan
1. Pendidikan Kewirausahaan (X1)	X1.1	0.823	Valid
	X1.2	0.845	Valid
	X1.3	0.850	Valid
	X1.4	0.865	Valid
	X1.5	0.810	Valid
2. Konsep Diri (X2)	X2.1	0.770	Valid
	X2.2	0.814	Valid
	X2.3	0.832	Valid
	X2.4	0.717	Valid
	X2.5	0.812	Valid

Variabel	Item Pernyataan	Korelasi Item Total	Keterangan
3. Niat Berwirausaha (Y)	Y.1	0.780	Valid
	Y.2	0.858	Valid
	Y.3	0.888	Valid
	Y.4	0.844	Valid
	Y.5	0.886	Valid
	Y.6	0.825	Valid

(Sumber: Data Primer Diolah, 2025)

Dengan nilai r tabel 0,159, hasil pengujian ini mengungkapkan bahwasanya semua item pernyataan mempunyai nilai r hitung $> r$ tabel dengan tingkat signifikansi 5%. Sehingga disimpulkan bahwasanya seluruh indikator dalam kuesioner ini dinyatakan valid maupun layak digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian.

Tabel 3. Hasil Uji Instrumen Penelitian

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
1. Pendidikan Kewirausahaan (X1)	0.894	Reliabel
2. Konsep Diri (X2)	0.844	Reliabel
3. Niat Berwirausaha (Y)	0.918	Reliabel

(Sumber: Data Primer Diolah, 2025)

Dari tabel 3 diatas, hasil uji reliabilitas memperlihatkan bahwasanya ketiga instrumen penelitian yaitu pendidikan kewirausahaan, konsep diri, maupun niat berwirausaha mempunyai nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$. Artinya, dalam penelitian ini seluruh instrumen terbukti reliabel, yang selanjutnya dapat dipakai sebagai instrumen pengukuran pelaksanaan penelitian.

Analisis Deskriptif

Uji deskriptif bertujuan untuk mengetahui nilai rata-rata (mean) dari masing-masing variabel dalam penelitian ini.

Rata-Rata untuk Variabel Independen dan Dependend

Nilai rata-rata yang tinggi menunjukkan bahwa responden mendukung item-item dalam kuesioner. Sebaliknya, nilai rata-rata yang rendah menunjukkan bahwa item-item kuesioner tersebut memiliki kemampuan prediksi yang rendah. Nilai rata-rata akan dibagi ke dalam tiga tingkat berdasarkan respons dan skor pada setiap item, dengan klasifikasi sebagai berikut: rendah (1,00 – 2,25), sedang (2,26 – 3,75), dan tinggi (3,76 – 5,00).

Tabel 4. Deskripsi Variabel Independen dan Dependend

Variabel	Item Pernyataan	Nilai rata-rata
Pendidikan Kewirausahaan	Mata kuliah kewirausahaan sangat penting	4,31
	Mata kuliah kewirausahaan harus diajarkan di universitas	4,15
	Mata kuliah kewirausahaan harus diwajibkan untuk menstimulasi semangat kewirausahaan	4,13
	Program pendidikan kewirausahaan dan bisnis yang lebih banyak di kampus akan membantu mahasiswa	4,27

Variabel	Item Pernyataan	Nilai rata-rata
Konsep Diri	untuk memulai bisnis	
	Program studi di universitas saya mempersiapkan mahasiswa dengan baik untuk karier kewirausahaan	4,13
	Saya yakin bisa menyelesaikan masalah	4,16
	Saya lebih suka memperhatikan detail dan mencari informasi untuk menyelesaikan masalah	4,25
	Saya menerima kritik untuk menjadi pribadi yang lebih baik	4,33
	Saya tidak ingin mendiskriminasi status sosial orang lain	4,39
	Saya sangat menyadari diri sendiri dan bisa belajar dari kegagalan	4,43
	Saya siap membuat perubahan untuk menjadi seorang wirausaha	4,21
	Tujuan profesional saya adalah menjadi seorang wirausaha	4
	Saya akan berusaha keras untuk memulai dan menjalankan bisnis saya sendiri	4,24
Niat Berwirausaha	Saya bertekad untuk menciptakan bisnis di masa depan	4,35
	Saya memiliki pemikiran yang serius untuk memulai sebuah bisnis	4,2
	Saya berniat untuk memulai bisnis dalam waktu dekat	3,9

(Sumber: Data Primer Diolah, 2025)

Dari tabel 4 diatas, menunjukkan bahwa hasil deskripsi jawaban responden pada variabel pendidikan kewirausahaan menghasilkan nilai rata-rata yang masuk dalam kriteria tinggi. Pada pernyataan “Mata kuliah kewirausahaan sangat penting” menujukkan nilai rata-rata tertinggi sebesar 4,31 dimana ini mengartikan responden yang memiliki pendidikan kewirausahaan yang tinggi dapat menstimulasi semangat kewirausahaan hingga mempersiapkan mahasiswa dengan baik untuk karier kewirausahaan.

Pada variabel konsep diri, jawaban responden menghasilkan nilai rata-rata yang masuk dalam kriteria tinggi yang ditunjukkan dengan nilai rata-rata tertinggi sebesar 4,43 yang mengartikan bahwa responden dengan konsep diri yang kuat mampu mengenali lingkungannya dengan lebih mudah dan cepat melihat peluang serta memiliki keyakinan untuk bangkit jika mengalami kegagalan.

Pada variabel niat berwirausaha, pernyataan “Saya bertekad untuk menciptakan bisnis di masa depan” memiliki nilai rata-rata tertinggi dan masuk dalam kriteria tinggi sebesar 4,35. Nilai rata-rata terendah persepsi responden ditunjukkan pada pernyataan “Saya berniat untuk memulai bisnis dalam waktu dekat” dengan nilai rata-rata sebesar 3,90 dan masih termasuk kriteria tinggi. Ini mengartikan responden memiliki niat kewirausahaan yang tinggi.

Analisis Korelasi

Koefisien korelasi Pearson dimanfaatkan sebagai instrumen analitis untuk menjawab rumusan masalah sekaligus mengarahkan pencapaian tujuan penelitian. Pengujian korelasi ini berfungsi untuk menelaah eksistensi relasi antara independen dengan dependen dalam kerangka empiris.

Setelah itu, analisis regresi berganda digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi variabel dependen. Tabel 5 berisi interpretasi nilai r , dan Tabel 6 merangkum temuan analisis korelasi antara variabel dependen dan variabel-variabel independen.

Tabel 5. Interpretasi Nilai r

Nilai r	Kekuatan Korelasi
0,01 – 0,09	“Korelasi sangat lemah”
0,10 – 0,29	“Korelasi lemah”
0,30 – 0,49	“Korelasi sedang”
0,50 – 0,69	“Korelasi kuat”
0,70 – 1,0	“Korelasi sangat kuat”

(Sumber: Data Primer Diolah, 2025)

Tabel 6. Hasil Korelasi Pearson

		Correlations		
		Entrepreneurship Education	Self-Concept	Entrepreneurial Intention
Entrepreneurship Education	Pearson Correlation	1	.653**	.650**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	150	150	150
Self-Concept	Pearson Correlation	.653**	1	.546**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	150	150	150
Entrepreneurial Intention	Pearson Correlation	.650**	.546**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	150	150	150

(Sumber: Data Primer Diolah, 2025)

Korelasi 1: Terdapat korelasi yang positif antara pendidikan kewirausahaan dengan niat berwirausaha.

Hubungan antara *entrepreneurship education* atau pendidikan kewirausahaan dan *entrepreneurial intention* atau niat berwirausaha dianalisis menggunakan koefisien korelasi Pearson. Terdapat hubungan yang kuat antara kedua variabel tersebut, $r = 0,650$, $n = 150$, $p < 0,05$.

Korelasi 2: Terdapat korelasi yang positif antara konsep diri dan niat berwirausaha. Koefisien korelasi Pearson dianalisis untuk menilai hubungan antara konsep diri atau *self-concept* dan niat berwirausaha. Terdapat hubungan yang kuat antara kedua variabel, $r = 0,546$, $n = 150$, $p < 0,05$.

Hasil dari Analisis Regresi Linear Berganda dan Uji Hipotesis

Tabel 7. Ringkasan Anova

ANOVA ^a						
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.	
1 Regression	1235.156	2	617.578	59.634	.000 ^b	
Residual	1522.344	147	10.356			
Total	2757.500	149				

a. Dependent Variable: Entrepreneurial Intention
 b. Predictors: (Constant), Entrepreneurship Education, Self-Concept

(Sumber: Data Primer Diolah, 2025)

Hasil dari tabel ANOVA yang dirangkum dalam Tabel 7 memberikan informasi mengenai relevansi umum dari model yang diusulkan. Berdasarkan hasil tersebut, nilai statistik F yang dihitung adalah $59,634 > F$ tabel 3,058 dengan nilai p yang sesuai yaitu $< 0,05$. Selain itu, model yang diusulkan, yang mengintegrasikan kedua prediktor, dinilai memadai untuk memprediksi variabel dependen. Dengan kata lain, terdapat cukup informasi untuk memvalidasi model yang diusulkan dan disimpulkan bahwasanya model tersebut penting dalam memprediksi minat berwirausaha berdasarkan pendidikan kewirausahaan dan konsep diri serta terdapat pengaruhnya yang kuat antara pendidikan maupun konsep diri pada niat kewirausahaan.

Tabel 8. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda dan Uji Hipotesis

Model	Coefficients ^a			t	Sig.
	B	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients		
1 (Constant)	3.439	2.053		1.675	.096
Entrepreneurship Education	.708	.112	.512	6.326	.000
Self-Concept	.305	.117	.211	2.610	.010

a. Dependent Variable: Entrepreneurial Intention

(Sumber: Data Primer Diolah, 2025)

Tabel 9. R Square

Model Summary					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
1	.669 ^a	.448	.440	3.218	

a. Predictors: (Constant), Entrepreneurship Education, Self-Concept

(Sumber: Data Primer Diolah, 2025)

Sebagaimana perolehan tersebut, nilai sig. t untuk variabel pendidikan kewirausahaan adalah $0,000 < 0,05$, dengan nilai t hitung $6,326 > t$ tabel 1,976 sehingga dapat disimpulkan bahwasanya pendidikan kewirausahaan mempunyai pengaruhnya dengan kuat maupun positif pada niat berwirausaha. Sementara itu, nilai sig. t untuk variabel konsep diri yaitu $0,010 < 0,05$, dengan nilai t hitung $2,610 > t$ tabel 1,976 yang menunjukkan bahwasanya konsep diri memberikan pengaruhnya yang positif maupun kuat pada niat seseorang untuk berwirausaha.

Berdasarkan output pada tabel 9 diatas, nilai R Square 0,448 atau 44,8% menunjukkan bahwasanya variabel pendidikan kewirausahaan maupun konsep diri mampu menjelaskan pengaruh terhadap niat berwirausaha sebesar 44,8%. Sementara itu, sisanya yaitu 55,2% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini yang tidak dianalisis dalam studi ini.

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda pada Tabel 8 dapat disimpulkan bahwasanya:

Hipotesis 1: Pendidikan kewirausahaan berhubungan positif dengan niat berwirausaha.

Peneliti mengadopsi analisis regresi berganda untuk menguji apakah pendidikan kewirausahaan memengaruhi niat berwirausaha. Berdasarkan tabel tersebut, terlihat bahwasanya pendidikan kewirausahaan memiliki nilai *Standardized Coefficients Beta* ($B = 0.512$, $p < 0,05$), yang menunjukkan bahwasanya variabel ini merupakan prediktor yang baik dan mempunyai pengaruhnya yang positif pada niat berwirausaha. Ini mengungkapkan bahwasanya pendidikan kewirausahaan adalah faktor paling penting yang secara positif memengaruhi niat berwirausaha. Oleh karena itu, hipotesis 1 diterima. Penelitian serupa oleh Siska dan Adi (2019) juga menunjukkan bahwasanya pendidikan kewirausahaan berhubungan positif dengan niat berwirausaha.

Hipotesis 2: Konsep diri berhubungan positif dengan niat berwirausaha.

Analisis regresi berganda diterapkan untuk menilai apakah konsep diri memengaruhi niat berwirausaha. Mengacu pada tabel di atas, konsep diri tampak sebagai faktor yang dapat memengaruhi dan memiliki hubungan positif terhadap niat berwirausaha dengan *Standardized Coefficients Beta* ($B = 0.211$, $p < 0,05$). Nilai Beta ini menunjukkan bahwasanya faktor independen ini memberikan kontribusi dalam menjelaskan variabel dependen. Oleh karena itu, hipotesis 2 didukung. Penelitian serupa oleh Dwi, Tri, dan Bambang (2019) juga menjelaskan bahwasanya konsep diri berhubungan positif dengan niat berwirausaha.

Pembahasan hasil penelitian

Hubungan antara Pendidikan Kewirausahaan dan Niat Berwirausaha

Adapun tujuannya dilakukan penelitian pertama ini guna mengidentifikasi hubungan antara pendidikan kewirausahaan dan niat berwirausaha. Hipotesis yang diajukan adalah:

Hipotesis 1: "Pendidikan kewirausahaan berhubungan positif dengan niat berwirausaha."

Pendidikan kewirausahaan sebagai kegiatan memperkenalkan pengetahuan dan keterampilan kepada mahasiswa agar mereka dapat memanfaatkan peluang bisnis yang ada (Tung, 2011). Oleh karena itu, hipotesis pertama digunakan untuk mengidentifikasi apakah antara pendidikan kewirausahaan dan niat berwirausaha memiliki korelasi. Mengacu pada analisis korelasi Pearson dan regresi berganda, terdapat korelasi yang kuat dan hubungan positif antara pendidikan kewirausahaan maupun niat berwirausaha. Artinya, setiap kali terjadi peningkatan dalam Pendidikan Kewirausahaan, maka niat berwirausaha mahasiswa generasi Z juga akan mengalami peningkatan. Penelitian serupa oleh Siska dan Adi (2019) dan Denanyoh et al. (2015) juga menunjukkan bahwasanya pendidikan kewirausahaan berhubungan positif dengan niat berwirausaha.

Hubungan antara Konsep Diri dan Niat Berwirausaha

Tujuan penelitian kedua dalam studi ini guna mengidentifikasi hubungan antara konsep diri dan niat berwirausaha. Hipotesis yang diajukan adalah:

Hipotesis 2: "Konsep diri berhubungan positif dengan niat berwirausaha."

Konsep diri merujuk pada pandangan individu atas dirinya sendiri sebagai makhluk fisik, sosial, serta makhluk spiritual atau moral (Gecas, 1982). Oleh karena itu, hipotesis kedua digunakan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara konsep diri dengan niat berwirausaha. Berdasarkan hasil analisis korelasi Pearson dan regresi berganda, ditemukan adanya korelasi yang kuat dan hubungan positif antara konsep diri dan niat berwirausaha. Ini mengindikasikan bahwasanya konsep diri memberikan pengaruh positif terhadap niat untuk berwirausaha.

Nilai Beta menunjukkan bahwasanya konsep diri memberikan pengaruh besar terhadap niat berwirausaha di kalangan mahasiswa generasi Z di Indonesia. Temuan ini menunjukkan bahwasanya mayoritas mahasiswa generasi Z memiliki konsep diri yang tinggi dan percaya pada potensi mereka untuk berhasil sebagai seorang wirausahawan. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Irene Herdjiono, Yeni Hastin Puspa, dan Gerzon Maulany (2017) yang menunjukkan bahwasanya konsep diri memiliki hubungan positif dengan niat berwirausaha.

Implikasi Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji hubungan antara pendidikan kewirausahaan dan konsep diri sebagai prediktor yang memengaruhi niat berwirausaha. Bukti empiris dari penelitian ini turut berperan dalam memperkaya perkembangan ilmu pengetahuan dalam konteks niat berwirausaha di kalangan mahasiswa generasi Z di Indonesia.

Implikasi dari temuan bahwasanya variabel *entrepreneurship education* atau pendidikan kewirausahaan memberikan pengaruh yang signifikan serta positif terhadap niat berwirausaha mahasiswa mengindikasikan bahwasanya peran institusi pendidikan, khususnya pihak fakultas, sangat penting dalam menumbuhkan semangat dan niat mahasiswa untuk menjadi wirausahawan. Pendidikan kewirausahaan yang diberikan bukan hanya sebatas transfer pengetahuan mengenai teori bisnis dan manajemen, tetapi juga perlu disertai dengan pengalaman praktis, studi kasus, simulasi bisnis, serta pelatihan kewirausahaan yang aplikatif. Ketika mahasiswa dibekali dengan wawasan dan keterampilan kewirausahaan yang relevan dengan dunia nyata, mereka akan merasa lebih siap dan percaya diri untuk memulai usaha. Hal ini menunjukkan bahwasanya peningkatan kualitas dan intensitas pendidikan kewirausahaan dapat menjadi salah satu strategi efektif dalam mencetak wirausahawan muda yang tangguh dan inovatif.

Selain itu, temuan ini juga mengimplikasikan bahwasanya fakultas atau institusi pendidikan tinggi perlu merancang kurikulum kewirausahaan yang tidak hanya bersifat teoritis, tetapi juga berbasis pengalaman lapangan (*experiential learning*). Program seperti inkubator bisnis kampus, bimbingan oleh mentor pengusaha, kompetisi rencana bisnis, serta kemitraan dengan pelaku usaha dapat memperkuat keterlibatan mahasiswa secara langsung dalam dunia bisnis. Ketika mahasiswa mendapatkan akses pada sumber daya dan dukungan yang tepat, maka minat mereka untuk merintis usaha sendiri akan semakin tinggi. Oleh karena itu, universitas harus berkomitmen untuk menciptakan ekosistem kewirausahaan yang mendukung, sebagai bentuk kontribusi nyata dalam menghadapi tantangan pengangguran dan mendorong pertumbuhan ekonomi berbasis inovasi. Temuan ini memperkaya pemahaman para peneliti bahwasanya pendidikan kewirausahaan adalah salah satu faktor penting yang memengaruhi niat berwirausaha. Bukti empiris ini turut memperkuat literatur yang sudah ada dalam konteks mahasiswa generasi Z di Indonesia (Patricia & Christian, 2016; Siska & Adi, 2019).

Konsep diri juga terbukti sebagai faktor yang memengaruhi niat berwirausaha. Temuan ini serupa dengan penelitian terdahulu oleh Irene, Yeni, dan Gerzon (2017), yang menunjukkan bahwasanya individu yang memiliki konsep diri yang baik akan lebih mampu mengenali diri

sendiri dalam hal sikap, kemampuan, keterbatasan, perasaan, dan emosi. Implikasi dari temuan bahwasanya konsep diri berpengaruh signifikan terhadap niat berwirausaha mengindikasikan pentingnya penguatan aspek psikologis dalam membentuk karakter wirausaha mahasiswa. Individu dengan konsep diri yang positif cenderung memiliki rasa percaya diri yang tinggi, mampu menilai potensi dan keterbatasannya secara realistik, serta memiliki keteguhan dalam mengambil keputusan dan menghadapi tantangan. Oleh karena itu, lembaga pendidikan sebaiknya tidak hanya fokus pada aspek kognitif dan keterampilan teknis kewirausahaan, tetapi juga memberikan perhatian pada pengembangan diri mahasiswa melalui pelatihan soft skills, konseling, dan program pembinaan mental yang dapat memperkuat persepsi diri mereka. Ketika mahasiswa mampu mengenal dan menerima dirinya secara utuh, maka motivasi dan keberanian mereka untuk memulai usaha juga akan meningkat. Hal ini memperkuat pentingnya membangun konsep diri sebagai pondasi dalam mencetak wirausahawan muda yang tangguh, adaptif, dan siap menghadapi dinamika dunia bisnis.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa variabel *entrepreneurship education* dan *self-concept* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *entrepreneurial intention* mahasiswa generasi Z. Temuan ini menegaskan bahwa semakin tinggi pemahaman mahasiswa terhadap pendidikan kewirausahaan dan semakin kuat konsep diri yang mereka miliki, maka semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk memiliki niat menjadi wirausahawan.

Secara lebih spesifik, *entrepreneurship education* terbukti menjadi prediktor paling dominan terhadap niat berwirausaha, dengan nilai *Standardized Coefficients Beta* sebesar 0.512 dan tingkat signifikansi $p = 0.000 < 0.05$, serta t hitung sebesar $6,326 > t$ tabel 1,976. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan intensitas dan kualitas pendidikan kewirausahaan akan berbanding lurus dengan peningkatan minat mahasiswa untuk memulai bisnis. Sementara itu, variabel *self-concept* juga memberikan kontribusi yang berarti, dengan nilai Beta sebesar 0.211 dan $p = 0.010 < 0.05$, serta t hitung sebesar $2,610 > t$ tabel 1,976. Ini membuktikan bahwa konsep diri yang kuat mendukung mahasiswa dalam membentuk sikap mental, kepercayaan diri, serta arah tujuan yang positif untuk berwirausaha.

Implikasi praktis dari temuan ini adalah perlunya penguatan kurikulum kewirausahaan di tingkat perguruan tinggi, khususnya di kalangan mahasiswa generasi Z. Fakultas dan institusi pendidikan tinggi disarankan untuk memberikan pembelajaran yang tidak hanya bersifat teoretis, tetapi juga aplikatif dan berbasis proyek nyata, guna membentuk pengalaman, kreativitas, dan mentalitas kewirausahaan sejak dulu. Selain itu, penting juga untuk memfasilitasi pengembangan kepribadian dan konsep diri mahasiswa melalui kegiatan mentoring, pelatihan soft skill, dan pembinaan kewirausahaan.

Sebagai rekomendasi untuk penelitian selanjutnya, studi ini dapat diperluas dengan menggunakan pendekatan yang lebih mendalam serta mencakup populasi dari berbagai daerah atau jenjang pendidikan. Disarankan pula untuk menambahkan variabel lain seperti motivasi, dukungan sosial, literasi keuangan, atau kecenderungan mengambil risiko, agar dapat memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi *entrepreneurial intention*. Dengan begitu, hasil studi di masa mendatang diharapkan dapat memperluas ranah teoritis dan memberikan kontribusi praktis yang lebih luas dalam mendukung pertumbuhan wirausaha mahasiswa generasi Z.

REFERENSI

- Acs, Z. J., Audretsch, D. B., Lehmann, E. E., & Licht, G. (2017). National systems of innovation. *Journal of Technology Transfer*, 42(5), 997–1008. <https://doi.org/10.1007/s10961-016-9481-8>
- Anas Al Bakri, Ahmed Mehrez. (2017). Factors Influencing Entrepreneurial Intentions among Arab Students. *Qatar University*, Vol: 21 Issue: 3
- Brandstätter, H. (2011). Personality aspects of entrepreneurship: A look at five metaanalyses. *Personality and Individual Differences*, 51(3), 222–230.
- Dakin, S., & Armstrong, J. S. (1989). Predicting job performance: A comparison of expert opinion and research findings. *International Journal of Forecasting*, 5(2), 187–194. [https://doi.org/10.1016/0169-2070\(89\)90086-1](https://doi.org/10.1016/0169-2070(89)90086-1)
- Daryanto. (2012). *Entrepreneurship Education*. Learning Media. Bandung: PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera. ISBN : 9786028545785
- Denanyoh, R., Adjei, K., & Nyemekye, G. E. (2015). Factors that impact on entrepreneurial intention of tertiary students in Ghana. *International journal of business and social research*, 5(3), 19-29.
- Ekpoh, U. I., & Edet, A. O. (2011). Entrepreneurship education and career intentions of tertiary education students in Akwa Ibom and Cross River States, Nigeria. *International Education Studies*, 4(1), 172-178.
- Esfandiar, K., Sharifi-Tehrani, M., Pratt, S., & Altinay, L. (2019). Understanding entrepreneurial intentions: A developed integrated structural model approach. *Journal of Business Research*, 94, 172-182.
- Fatimah, S. E., & Setiawan, A. (2020). Family Background Factors And Entrepreneurship Education Toward Entrepreneurial Intent Through Self Efficacy. *International Journal of Business and Technology Management*, 1(4), 19-25.
- Gecas, V. (1982). The self-concept. *Annual review of sociology*, 8, 1-33.
- Gelard, P., & Saleh, K. E. (2011). Impact of some contextual factors on entrepreneurial intention of university students. *African Journal of Business Management*, 5(26), 10707.
- Ghozali, I. (2005). *Aplikasi analisis multivariate dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP, 40.
- Herdjiono, I., Puspa, Y. H., Maulany, G., & Aldy, B. E. (2018). The Factors Affecting Entrepreneurship Intention. *International Journal of Entrepreneurial Knowledge*, 5(2), 5–15. <https://doi.org/10.1515/ijek-2017-0007>
- Izquierdo, E., & Buelens, M. (2011). Competing models of entrepreneurial intentions: the influence of entrepreneurial self-efficacy and attitudes. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 13(1), 75-91.
- Khairani, Z. (2018). The role of education and self-concept on the entrepreneurial 15(2), 139–149. <https://doi.org/10.31849/jieb.v15i2.1222>
- Krueger Jr, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of business venturing*, 15(5-6), 411-432.
- Kumari, A., & Chamundeswari, S. (2013). Self-concept and academic achievement of students at the higher secondary level. *Journal of Sociological Research*, 4(2), 105-113.
- Kusuma, W. A., & Warmika, K. (2016). *Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi intensi berwirausaha pada mahasiswa S1 FEB Unud* (Doctoral dissertation, Udayana University).
- Leutner, F., Ahmetoglu, G., Akhtar, R., & Chamorro-Premuzic, T. (2014). The relationship between the entrepreneurial personality and the Big Five personality traits. *Personality and individual differences*, 63, 58-63.
- Moriano, J. A., Gorgievski, M., Laguna, M., Stephan, U., & Zarafshani, K. (2012). A cross-cultural approach to understanding entrepreneurial intention. *Journal of career development*, 39(2), 162-185.

- Mortimer, J. T., Finch, M. D., & Kumka, D. (1982). Persistence and change in development: The multidimensional self-concept. *Life-span development and behavior*, 4, 263-313.
- Moses, C. L., Olokundun, M. A., Akinbode, M., Agboola, M., & Inelo, F. (2016). Entrepreneurship education and entrepreneurial intentions: The moderating role of passion. *The Social Sciences*, 11(5), 645-653.
- Mulia, M. J. A. B. (2022). *Pengaruh Entrepreneurial Education Dan Entrepreneur Motivation Terhadap Keputusan Menjadi Seorang Wirausaha Pada Pelaku Ukm Pasar Baru, Titi Rantai, Kecamatan Medan Baru, Kota Medan* (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area).
- Nazri, M. A., Aroosha, H., & Omar, N. A. (2016). Examination of factors affecting youths' entrepreneurial intention: A cross-sectional study. *Information Management and Business Review*, 8(5), 14-24.
- Ndofirepi, T. M. (2020). Relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial goal intentions: psychological traits as mediators. *Journal of innovation and entrepreneurship*, 9(1), 2.
- Noerhartati. (2021). Pendidikan kewirausahaan di Indonesia. Bumi Aksara.
- Nurfadilah, D. (2024). Faktor Yang Mendorong Minat Wirausaha Gen Z Menggunakan Platform E-Commerce. *KONTAN: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Bisnis*, 3(1).
- Park, C. (2017). A study on effect of entrepreneurship on entrepreneurial intention: focusing on ICT majors. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 11(2), 159-170.
- Patricia, P., & Silangen, C. (2016). The effect of entrepreneurship education on entrepreneurial intention in Indonesia. *DeReMa (Development Research of Management): Jurnal Manajemen*, 11(1), 67-86.
- Popescu, C. C., Bostan, I., Robu, I. B., Maxim, A., & Diaconu, L. (2016). An analysis of the determinants of entrepreneurial intentions among students: a Romanian case study. *Sustainability*, 8(8), 771.
- Rahayu, M., Novadjaya, L.H and Indrawati, N.K (2011). Entrepreneurial Intentions for New Students, *Journal of Management Applications*, Vol.9 No.2, pp.329- 339.
- Rasli, A., Khan, S. U. R., Malekifar, S., & Jabeen, S. (2013). Factors affecting entrepreneurial intention among graduate students of Universiti Teknologi Malaysia. *International Journal of business and social science*, 4(2).
- Resmi, S., Pahlevi, R. W., Kusumawati, I., & Prasetyo, D. (2023). *Literasi Kewirausahaan dan Keuangan: Menguatkan Sikap dan Kompetensi Berwirausaha*. Penerbit Salemba.
- Ruknan, D. (2021). Kewirausahaan. Deepublish.
- Sari, S. (2022). Kewirausahaan. Penerbit Lakeisha.
- Shah, I. A., Amjad, S., & Jaboob, S. (2020). The moderating role of entrepreneurship education in shaping entrepreneurial intentions. *Journal of Economic Structures*, 9, 1-15.
- Simanjuntak, M., Awwaliyah, I., Hayati, H., & Artanto, R. J. (2016). The entrepreneurial potential among undergraduate students. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 17(2), 75-84.
- Simatupang, T. S. (2021). *Intensi berwirausaha: Sebuah konsep dan studi kasus di era revolusi industri 4.0*. Penerbit Adab.
- Sugiyono. (2003). Research Method. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). Educational research methods, qualitative, quantitative and R&D. Bandung: Alfabeta.
- Suharyadi & Purwanto. (2004). Research Methodology. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sukmawati, A. R. (2021). Factors Influencing Entrepreneurial Intention Among Undergraduate Students In Indonesia.
- Susanto, S. C. (2017). Pengaruh lingkungan keluarga, pendidikan kewirausahaan, dan efikasi diri terhadap minat berwirausaha mahasiswa. *PERFORMA*, 2(3), 277-286.
- 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.

- Tran, A. T., & Korflesch, H. V. (2017). Factors influencing social entrepreneurial intention: A theoretical model. *International Journal of Management and Applied Science*, 3(12), 38-44.
- Tung, L. C. (2011). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial intention of engineering students. *City University of Hongkong: Run Run Shaw Library*, 11(1), 67-86.
- Uddin, M. R., & Bose, T. K. (2012). Determinants of entrepreneurial intention of business students in Bangladesh. *international Journal of Business and Management*, 7(24), 128.
- Utami, C. W. (2017). Attitude, subjective norm, perceived behaviour, entrepreneurship education and self efficacy toward entrepreneurial intention university student in Indonesia.
- Uthman, Aspitman, dan Karacsonyi (2021). Melakukan studi kualitatif mengenai perubahan aktivitas belanja online dan niat serta impulsivitas pembelian pada mahasiswa Generasi Z selama Covid-19.
- Vieira, Frade, Ascenso, Prates, dan Martinho (2020). Menyelidiki faktor-faktor kunci e-commerce untuk Generasi Z dalam sektor pariwisata Portugis dalam artikel mereka yang dipublikasikan di *Administrative Sciences*, 10(4), artikel 103.
- Wibowo, S., & Pramudana, K. A. S. (2016). *Pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap intensi berwirausaha yang dimediasi oleh sikap berwirausaha* (Doctoral dissertation, Udayana University).
- Wijaya, U. T. & Tanumihardja, J. E. (2014). The influence of entrepreneurial knowledge and self-concept on entrepreneurial intention. *Jounal Education Vocational technique* 2(2), 79-86.
- Yani, D. A., Sayuti, M., & Achsan, B. N. (2019). The Effect of Self-Concept on the Students' Entrepreneurship Potential. *Journal Of Vocational Education Studies (JOVES)*, 2(2), 83-90.