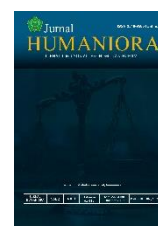


Available online at [www.jurnal.abulyatama.ac.id/humaniora](http://www.jurnal.abulyatama.ac.id/humaniora)  
ISSN 2548-9585 (Online)

Universitas Abulyatama  
Jurnal Humaniora



## INTENSI KEWIRAUSAHAAN DALAM KERANGKA GOAL-DIRECTED BEHAVIOR MODEL

Novi Chandra<sup>\*1</sup>, Sucipto Asan<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pelita Harapan

\*Email korespondensi: [sucipto.asan@uph.edu](mailto:sucipto.asan@uph.edu)

Diterima 28 Agustus 2023; Disetujui 28 September 2023; Dipublikasi 31 Oktober 2023

**Abstract:** *The Indonesian millennial generation, especially the student group, is the potential resources for the development of the Indonesian future economy. This research used the Goal-Directed Behavior Model to determine the relationship between attitudes, subjective norms, anticipated positive emotions, negative emotions, entrepreneurial desires, frequency of past behavior, per-ceived behavioral control on Indonesian students' entrepreneurial intentions. This research in-volved 365 respondents. This quantitative research uses an online survey using purposive sam-pling and non-probability methods. The PLS-SEM is used for data processing. The results showed a positive relationship between attitudes, subjective norms, anticipated negative emotions, perceived behavioral control, and entrepreneurial desire. This research also found a positive relationship between entrepreneurial desire, frequency of past behavior, and per-ceived behavioral control on entrepreneurial intentions. It is hoped that this research can pro-vide a theoretical contribution to the Goal-Directed Behavior model framework as well as con-tributions from entrepreneurship education institutions in Indonesia.*

**Keywords:** *Entrepreneurial Intention, Entrepreneurial Desire, Anticipated Positive Emotion*

**Abstrak:** Generasi milenial Indonesia terutama golongan mahasiswa merupakan potensi anak bangsa yang dapat membangun perekonomian Indonesia. Penelitian ini menggunakan *Goal-Directed Behavior Model* untuk mengetahui hubungan antara sikap, norma subjektif, emosi positif, emosi negatif yang diantisipasi, keinginan kewirausahaan, frekuensi perilaku masa lalu, kontrol perilaku yang dipersepsi pada niat kewirausahaan mahasiswa Indonesia. Penelitian ini melibatkan 365 responden. Penelitian kuantitatif ini menggunakan survei online. Penelitian kuantitatif ini menggunakan survei online metode *purposive sampling dan non probability*. PLS-SEM digunakan untuk pengolahan data. Hasil penelitian menunjukkan hubungan positif antara sikap, norma subjektif, emosi negatif yang diantisipasi, persepsi kontrol perilaku, dan keinginan kewirausahaan. Penelitian ini juga menemukan hubungan positif antara keinginan kewirausahaan, frekuensi perilaku masa lalu, dan persepsi kontrol perilaku terhadap niat kewirausahaan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis terhadap kerangka *Goal-Directed Behavior* model serta kontribusi para lembaga pendidikan kewirausahaan di Indonesia.

**Kata kunci :** *Niat Kewirausahawan, Keinginan Kewirausahawan, Emosi Positif yang diantisipasi.*

Kewirausahaan adalah seni menciptakan ide, dan mengubahnya menjadi sebuah usaha (Drucker, 2014; Barringer & Irlandia, 2016). Kewirausahaan

memberikan dampak positif bagi pertumbuhan negara, membuka lapangan kerja, dan meningkatkan daya saing dalam menghadapi globalisasi (Kominfo,

2017; Mamun, et al, 2017). Danang Girindrawardana selaku Direktur Eksekutif Asosiasi Pengusaha Indonesia (APINDO) menyatakan bahwa jumlah wirausahawan di Indonesia baru mencapai 3,1% dari total penduduk usia produktif (CNN Indonesia, 2018). Menurut Menteri Perindustrian - Airlangga Hartanto, Indonesia membutuhkan tambahan 4 juta pengusaha untuk mendorong perekonomian. Pada tahun 2017, Badan Pusat Statistik menyatakan bahawa generasi milenial sudah mencapai 88 juta orang. Diantaranya 55,25% milenial berusia 16-24 tahun masih berstatus sebagai mahasiswa yang produktif. Sebagaimana dari mereka sudah memiliki usaha startup maupun *online shop* di platform *e-commerce* (Badan Pusat Statistik, 2018). Belum banyak penelitian yang membahas niat kewirausahaan dengan model *Goal-Directed Behaviour* (Londono, et al, 2020)

## **KAJIAN PUSTAKA**

### **Model *Goal-Directed Behaviour***

Model *Goal-Directed Behaviour* (MGB) merupakan perluasan dari *Theory of Planned Behaviour* (TPB) yang dikembangkan oleh (Perugini dan Bagozzi, 2001). TPB menyatakan bahwa niat kewirausahaan dipengaruhi oleh tiga faktor motivasi, yaitu sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dipersepsi atau dipersepsikan (Ajzen, 1991; Ajzen, 2012). Menurut MGB, konstruk 'Keinginan' (*Desire*) dapat memiliki pengaruh pada niat (Perugini & Bagozzi, 2001; Perugini & Bagozzi, 2004). MGB juga menyatakan bahwa konstruk 'Keinginan' yang memungkinkan terjadinya tindakan merupakan integrasi dari keinginan untuk mencapai tujuan, emosi yang diantisipasi, norma subyektif, kontrol perilaku yang dipersepsi, dan frekuensi

perilaku masa lalu. Lebih lanjut dijelaskan bahwa keinginan adalah motivator dalam proses pengambilan keputusan dan merupakan faktor yang paling mempengaruhi niat.

### **Niat Kewirausahaan**

Menurut Ajzen (1991) niat mengacu pada faktor-faktor motivasi yang mempengaruhi perilaku, hal ini menunjukkan seberapa keras seseorang mau berusaha, seberapa besar usaha yang direncanakan untuk melaksanakan perilaku tersebut. Niat kewirausahaan adalah faktor yang memainkan peran penting dalam memindahkan ide ke perilaku kewirausahaan (Molaei et al., 2013). Sementara itu,

*Desire* berpendapat sebagai faktor penting dalam mempengaruhi tindakan manusia dan mengarahkan niat untuk bertindak (Perugini dan Bagozzi, 2004). Lebih lanjut dijelaskan bahwa keinginan akan mendorong niat dan faktor motivasi dari TPB akan mempengaruhi niat melalui keinginan.

### **Emosi Positif dan Negatif yang Diantisipasi**

Emosi yang diantisipasi adalah emosi yang diharapkan ketika hasil perilaku masa depan dipertimbangkan (Rezvani, Jansson, & Bengtsson, 2017). Ketika suatu perilaku akan memberikan manfaat psikologis yang tinggi, individu cenderung memiliki emosi positif, sebaliknya ketika suatu perilaku akan memberikan kerusakan psikologis yang tinggi, individu tersebut akan memiliki emosi negatif (Song et al., 2017). Oleh karena itu, kedua jenis emosi ini diyakini memiliki pengaruh terhadap keinginan dan niat individu (Meng dan Choi, 2016).

**Perilaku Masa Lalu**

Perilaku masa lalu dijelaskan sebagai akibat dari reaksi rangsangan eksternal dan internal yang diterima oleh individu di masa lalu, hal ini dapat dipahami di mana frekuensi perilaku masa lalu adalah pengulangan perilaku masa lalu (Sommer, 2011).

Perilaku masa lalu diyakini dapat mempengaruhi niat individu, semakin sering suatu kegiatan dilakukan di masa lalu, semakin tinggi niat untuk melakukan hal yang sama di masa depan (Shevlin dan Goodwin, 2019). Menurut Chiu, Kim, & Won (2018) frekuensi perilaku masa lalu merupakan faktor yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan dan kebiasaan individu. Ouellette dan Wood (1998) juga menjelaskan bahwa frekuensi perilaku masa lalu bersama dengan norma dan sikap subjektif dapat mempengaruhi niat individu di masa depan.

**Keinginan Kewirausahaan**

Keinginan adalah keadaan pikiran individu dimana motivasi pribadi mempengaruhi tindakan individu (Londono, et al., 2020). Keinginan merupakan bentuk sederhana dari motivasi yang mendorong individu untuk merencanakan atau menyusun rangkaian tindakan yang dapat memberikan kepuasan (Dubois, et al, 2017). Keinginan juga diyakini dapat memberikan dorongan terhadap intensi dan dapat mengubah motivasi menjadisuatu tindakan (Taylor, et al, 2016).

**Sikap**

Sikap terhadap kewirausahaan adalah cara pikir atau cara pandang seseorang terhadap kewirausahaan baik secara positif maupun negatif seseorang dalam membuat bisnis (Munawaroh, 2020; Çolakoğlu &

Gözükara, 2016). Sikap terhadap kewirausahaan adalah penilaian positif atau negatif mengenai persepsi individu tentang menjadi wirausaha (Londono, et al., 2020). Sikap kewirausahaan yang positif akan meningkatkan komitmen individu dalam aktivitas kewirausahaan, sikap positif ini ditandai dengan keberanian dalam membuat keputusan dan mengambil risiko (Munawaroh, 2020; Trevelyan, 2009). Trivedi (2017) menyatakan bahwa sikap individu merupakan faktor yang penting dalam mendorong intensi Kewirausahaan. Selanjutnya dijelaskan bahwa semakin positif sikap individu terhadap aktivitas kewirausahaan, maka kemungkinan individu untuk memulai kewirausahaan akan semakin besar.

**Norma Subyektif**

Menurut Al-Jubari (2019) norma subjektif mengacu pada persepsi individu tentang bagaimana orang di lingkungan sekitarnya akan berpikir atas tindakan yang akan atau tidak akan dilakukan oleh dirinya. Selain itu, Norma subjektif dapat diartikan sebagai tekanan sosial yang dipersepsi individu untuk berperilaku dengan cara tertentu (Londono, et al. 2020). Tekanan sosial dalam norma subjektif dapat menjadi salah satu hambatan bagi individu yang ingin Kewirausahaan,. Penelitian yang dilakukan oleh Zulfiqar et al. (2018) menyatakan bahwa tekanan sosial menjadi penghambat bagi individu yang memiliki keinginan untuk Kewirausahaan.

**Hubungan antara Sikap terhadap Keinginan Kewirausahaan.**

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Lee et al. (2019) dan Gong et al. (2019) ditemukan bahwa sikap memiliki pengaruh positif terhadap keinginan. Dari

penelitian sebelumnya dijelaskan bahwa sikap dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti motivasi, kebutuhan akan prestasi, *locus of control*, pengambilan risiko, dan manfaat yang individu dapatkan. Faktor-faktor tersebut mendorong sikap dan seterusnya sikap mendorong keinginan individu untuk melakukan suatu tindakan (Park, Lee, & Peters, 2017; Mahendra, et al., 2017). Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa

H1: Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Sikap terhadap Keinginan kewirausahaan

### **Hubungan antara Norma Subyektif terhadap Keinginan Kewirausahaan.**

Norma subyektif mengacu pada keyakinan normatif tentang tekanan sosial yang dipersepsi oleh individu dari orang-orang di sekitarnya untuk partisipasi individu dalam perilaku (Mafabi et al., 2017). Selain itu, norma subjektif tentang kewirausahaan mengacu pada pengaruh yang diterima seseorang dari sekelompok orang penting untuk menjadi pengusaha (Ahmed, Chandran, & Klobas, 2017). Menurut Ahmad et al. (2019) Norma subjektif dipengaruhi oleh sikap individu atau kelompok orang yang dianggap penting oleh individu, seperti keluarga dan teman. Han dan Yoon (2015); Chang, Kim, & Kim (2018); Lee et al. (2019); Jung et al. (2019); dan Yu (2020) menyatakan bahwa ada hubungan positif antara norma subjektif dan keinginan individu. Selain itu, Yu (2020) berpendapat bahwa norma subjektif akan memiliki pengaruh positif pada keinginan. Norma subyektif mempengaruhi keinginan individu karena individu mencari penerimaan atau persetujuan dari orang lain (Fry et al., 2014). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa

H2: Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara norma subjektif terhadap keinginan kewirausahaan

### **Hubungan antara Emosi Positif yang Diantisipasi dan Keinginan Kewirausahaan**

Emosi positif yang diantisipasi menggambarkan perasaan positif yang muncul dari pencapaian tujuan di masa depan (Bettiga dan Lamberti, 2018). Individu yang merasakan manfaat dari suatu kegiatan akan memiliki keinginan lebih untuk kembali ke kegiatan tersebut (Park, et al, 2017). Dijelaskan juga bahwa emosi positif yang dipersepsi individu terhadap suatu tindakan akan mendorong keinginan individu untuk bertindak. (Lee et al., 2018). Beberapa penelitian sebelumnya seperti Meng dan Choi (2016); Park, et al, (2017); Song et al. (2017); Lee, et al. (2018); dan Wang et al. (2020) menemukan bahwa emosi positif yang diantisipasi akan berpengaruh positif terhadap keinginan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa

H3: Terdapat hubungan positif dan signifikan antara emosi positif yang diantisipasi terhadap Keinginan Kewirausahaan

### **Hubungan positif antara emosi negatif yang diantisipasi dan Keinginan Kewirausahaan**

Emosi negatif yang diantisipasi menggambarkan perasaan negatif karena tujuan yang diinginkan tidak tercapai oleh individu (Bettiga dan Lamberti, 2018). Emosi negatif biasanya dikaitkan dengan kebencian, kemarahan, dan ketidakpuasan terhadap sesuatu (Koenig-Lewis dan Palmer, 2014). Dijelaskan bahwa jika suatu perilaku akan memberikan kerusakan psikologis yang tinggi, individu tersebut akan memiliki emosi negatif tentang

perilaku tersebut (Song et al., 2017). Penelitian yang dilakukan oleh Meng dan Choi (2016); Park, Lee, & Peters (2017); Lee et al. (2012); Lee et al. (2018); dan Wang et al. (2020) membuktikan bahwa emosi negatif yang diantisipasi akan memiliki pengaruh positif pada keinginan individu. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa :

H4: Terdapat hubungan positif dan signifikan antara emosi negatif yang diantisipasi terhadap keinginan kewirausahaan

#### **Hubungan positif antara kontrol perilaku yang dipersepsi terhadap Keinginan Kewirausahaan dan Niat Kewirausahaan**

*Perceived behavioral control* adalah kemampuan untuk memprediksi perilaku individu atau kemampuan mengendalikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku (Mafabi et al., 2017). Kontrol perilaku yang dipersepsi menjelaskan mengapa setiap orang bertindak dengan cara yang berbeda. Dalam konteks kewirausahaan, kontrol perilaku yang dipersepsi mencerminkan keyakinan individu tentang perilaku kewirausahaan, dalam hal ini termasuk pengetahuan, peluang, dan sumber daya yang ada (Sun et al., 2017). Kontrol perilaku yang dipersepsi dapat memberikan pengaruh terhadap niat kewirausahaan, hal ini tergantung pada sumber daya yang dimiliki oleh individu seperti kemampuan, pengetahuan, informasi tentang kewirausahaan, dan lain-lain (Mamun et al., 2017). Dalam sebuah studi oleh Meng dan Han (2016); Kim et al. (2016); Shin et al. (2018); dan Levitt et al. (2019) menemukan bahwa ada hubungan positif antara kontrol perilaku yang dipersepsi dan keinginan individu. Dalam penelitian tersebut diuraikan bahwa individu yang memiliki kontrol lebih besar atas perilaku dan tindakan akan

memiliki keinginan yang lebih besar untuk bertindak. Penelitian oleh (Farani, Karimi, & Motaghd, 2017); (Mamun et al., 2017); Farrukh et al. (2018); Paiva et al. (2020); dan Lechuga Sancho, Martin-Navarro, Ramos-Rodríguez (2020) telah membuktikan bahwa kontrol perilaku yang dipersepsi akan memiliki efek positif pada niat kewirausahaan. Berdasarkan pemikiran di atas maka dapat disimpulkan bahwa :

H5: Terdapat hubungan positif dan signifikan antara kontrol perilaku yang dipersepsi terhadap keinginan kewirausahaan

H6: Terdapat hubungan positif dan signifikan antara kontrol perilaku yang dipersepsi terhadap niat kewirausahaan.

#### **Hubungan antara Frekuensi Perilaku Masa Lalu dan Keinginan Kewirausahaan dan Niat Kewirausahaan**

Penelitian sebelumnya menjelaskan bahwa frekuensi perilaku masa lalu bersama dengan sikap dan norma subjektif dapat mempengaruhi niat individu. Disebutkan bahwa frekuensi perilaku masa lalu menjelaskan bagaimana suatu kebiasaan, maka peningkatan frekuensi masa lalu akan menjadi kebiasaan yang berdampak pada kinerja individu di masa depan dan menjadi faktor kuat dalam mempengaruhi perilaku masa depan. Oleh karena itu, frekuensi perilaku masa lalu dapat dipertimbangkan ketika mencoba untuk menguji hubungan antara niat dan perilaku (Ouellette dan Wood, 1998; Norman dan Cooper, 2011). Studi yang dilakukan oleh Meng dan Han (2016); Meng dan Choi (2016); Park, Lee, & Peters (2017); Jung et al. (2018); dan Yu (2020) menemukan bahwa ada hubungan positif antara frekuensi perilaku masa lalu dan keinginan kewirausahaan.

Penelitian sebelumnya menjelaskan bahwa individu yang telah memiliki pengalaman akan memiliki lebih banyak keinginan untuk berpartisipasi dalam kegiatan serupa lagi, bahwa pengalaman masa lalu membentuk keinginan dan niat individu untuk mengulangi pengalaman ini di masa depan. Individu yang melakukan pengulangan perilaku masa lalu akan memiliki keinginan dan niat yang lebih besar terhadap perilaku masa lalu mereka. Dijelaskan bahwa semakin besar frekuensi seseorang melakukan suatu tindakan, maka individu tersebut akan memiliki keinginan yang lebih besar untuk melakukan tindakan tersebut lagi.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Meng dan Choi (2016); Chiu, Kim, dan Won (2018); Chiu dan Choi (2018); oleh Shin et al. (2018); dan Levitt et al. (2019) telah membuktikan bahwa ada hubungan positif antara frekuensi perilaku masa lalu dan niat individu. Orang yang memiliki pengalaman menyenangkan dari perilaku masa lalu cenderung memiliki niat untuk kembali ke aktivitas tersebut. Semakin besar frekuensi perilaku masa lalu pada suatu tindakan dapat meningkatkan niat individu untuk melakukan tindakan serupa di masa depan.

Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa :

H7: Terdapat hubungan positif dan signifikan antara frekuensi perilaku masa lalu dan keinginan kewirausahaan

H8: Terdapat hubungan positif dan signifikan antara frekuensi perilaku masa lalu terhadap niat kewirausahaan

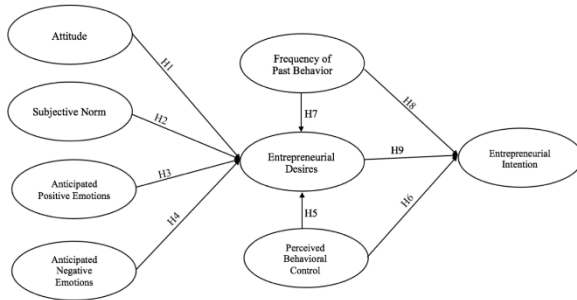
### **Hubungan antara Keinginan Kewirausahaan dan Niat Kewirausahaan**

Newark (2020) menyatakan bahwa keinginan

adalah suatu kegiatan dan tindakan yang dilakukan oleh individu, sesuatu yang didambakan (belum dimiliki) berupa benda dan kondisi masa depan yang diinginkan, serta menggambarkan intensitas pikiran dan emosi. Beberapa filsuf berpendapat bahwa keinginan memiliki hubungan dengan niat, dimana ketika individu mewujudkan keinginannya, hal ini akan memotivasi terbentuknya niat (Perugini dan Bagozzi, 2001). Lebih lanjut dijelaskan, keinginan mengacu pada dorongan motivasi kehendak dan menggabungkan faktor penilaian emosional, kognitif, persepsi diri, dan sosial dalam pengambilan keputusan. Keinginan juga diyakini dapat memberikan dorongan untuk niat dan dapat mengubah motivasi menjadi tindakan (Taylor, et al, 2016). Penelitian yang dilakukan oleh Kim et al. (2016); Jung et al. (2018); Chiu dan Choi (2018); Chang, Kim, & Kim (2018); dan Choe, Kim, & Cho (2020) menyatakan bahwa keinginan memiliki hubungan positif dengan niat individu. Dijelaskan bahwa emosi, sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku yang diantisipasi memiliki pengaruh terhadap keinginan, kemudian keinginan akan mempengaruhi niat. Penelitian sebelumnya juga menjelaskan bahwa keinginan merupakan faktor motivasi penting untuk mempengaruhi niat suatu tindakan, keinginan dipengaruhi oleh faktor emosional seperti emosi yang diantisipasi positif dan negatif, sikap, kontrol perilaku yang dipersepsi). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa :

H9: Terdapat hubungan positif dan signifikan antara keinginan kewirausahaan dan niat kewirausahaan.

Gambar 1. Model Konseptual Penelitian



**METODE PENELITIAN**

Penelitian ini dilakukan di Indonesia dengan responden mahasiswa dari provinsi DKI Jakarta, Banten, dan Jawa Barat . Data penelitian diperoleh dengan menyebarkan kuesioner secara online melalui *Google Form*. desain sampling yang digunakan adalah *purposive non-probability sampling*, di mana responden tersebut masih berstatus mahasiswa aktif . Kuesioner dibagikan kepada 370 responden, jumlah sampel dalam penelitian ini mengikuti aturan praktis oleh Hair et al., (2017), yang sepuluh kali lebih besar dari jumlah indikator. Data tersebut dianalisis dengan menggunakan metode PLS-SEM. Adapun alasan pemilihan metode analisis PLS-SEM didasarkan karena kompleksitas kerangka konseptual yang melibatkan banyak variabel laten dan orientasi penelitian yang bertujuan untuk menilai kemampuan eksplanatori dan prediktif model penelitian yang disusun (Hair et al., 2019). Kuesioner indikator menggunakan skala Likert yang berkisar antara 1 sampai 5 (1 menunjukkan “sangat tidak setuju” dan 5 menunjukkan “sangat setuju”).

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Uji R Square**

R<sup>2</sup> menjelaskan mengenai kemampuan model riset ini untuk menjelaskan. R<sup>2</sup> membantu

menjelaskan derajat seberapa baik model tersebut menjelaskan data yang diamati (Hair et al., 2019). Sebagai pedoman, nilai R<sup>2</sup> > 0,75 dipertimbangkan sebagai model yang substansial kuat > 0,5 sebagai sedang, dan <0,25 sebagai lemah (Hair et al., 2019). Pada Tabel 1. konstruk yang menjelaskan Keinginan Kewirausahaan mendekati model yang kuat atau substansial dan Intensi Kewirausahaan dapat disimpulkan memiliki model yang kuat.

Tabel 1. R Square

Variabel		R Square
Keinginan Kewirausahaan ( <i>Entrepreneurial Desire</i> )		0,717
Intensi Kewirausahaan ( <i>Entrepreneurial Intention</i> )		0,821

Sebagaimana yang direkomendasikan oleh Hair et al. (2019), terdapat empat langkah dalam melaporkan analisis PLS-SEM. Pertama, menguji aspek *loading indicator* dalam penilaian model pengukuran. Nilai *outerloading* harus berada di atas 0,708 dan AVE di atas nilai 0.5 agar dapat diterima (Hair et al., 2019). Indikator dalam penelitian ini semua lulus dalam uji *outer loading* dan berada di atas 0,708. Langkah kedua adalah menilai keandalan konsistensi internal (*Cronbach alpha* dan *Composite Reliability*). Nilai keandalan konsistensi internal harus berada pada kisaran 0,71 hingga 0,96 (Nunnally, 1978) agar dapat diterima. Semua nilai konstruk reliabilitas konsistensi internal berada dalam kisaran yang dapat diterima seperti yang ditunjukkan pada Tabel 2.

Langkah keempat adalah mengukur validitas diskriminan. Tahapan ini bertujuan untuk mengukur secara empiris pembedaan konstruk dalam model struktural. Menurut Hair, et al. (2019) nilai yang direkomendasikan untuk Rasio Heterotrait-Monotrait

(HTMT) harus lebih kecil dari 0,90. Seperti yang disajikan pada Tabel 3 seluruh konstruk lebih rendah dari 0,90 sehingga dianggap lulus pengukuran validitas diskriminan.

**Tabel 2. Nilai Konstruk Reliabilitas Konsistensi Internal**

Variabel	Cronbach Alfa	rho_A	Composite Reliability	AVE
Attitudes (ATT)	0.734	0.744	0.846	0.647
Subjective Norms (SN)	0.824	0.815	0.895	0.739
Anticipated Positive Emotions (APE)	0.863	0.811	0.863	0.612
Anticipated Negative Emotions (ANE)	0.911	0.923	0.911	0.720
Entrepreneurial Desire (ED)	0.916	0.961	0.916	0.683
Frequency Past Behavior (FPB)	0.885	0.858	0.885	0.660
Perceived Behavioral Control (PBC)	0.915	0.924	0.915	0.642
Entrepreneurial Intention (EI)	0.936	0.978	0.936	0.708

**Tabel 3. Hasil Uji HTMT**

	ANE	APE	ATT	ED	EI	FPB	PBC	SN
ANE	0,849							
APE	0,153	0,783						
ATT	0,185	0,519	0,805					
ED	0,399	0,453	0,695	0,826				
EI	0,406	0,376	0,644	0,884	0,841			
FPB	0,435	0,125	0,395	0,608	0,660	0,813		
PBC	0,360	0,217	0,434	0,667	0,728	0,688	0,801	
SN	0,365	0,150	0,433	0,635	0,627	0,584	0,634	0,860

Langkah terakhir pengujian hipotesis diakhiri dengan memperkirakan nilai p. Parameter signifikansi nilai p memberikan gambaran probabilitas signifikansi hipotesis. Apabila *p-value* lebih besar dari  $\alpha = 0,05$  maka hipotesis dianggap tidak signifikan sehingga ditolak. Sedangkan pada kasus kurang dari  $\alpha = 0,05$  maka hipotesis signifikan sehingga dapat diterima (Sekaran & Bougie, 2020).

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Hasil penelitian ini menunjukkan temuan yang sejalan dengan teori MGB di mana keinginan

kewirausahaan akan berpengaruh terhadap niat individu. Selain itu, keinginan kewirausahaan dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, emosi negatif yang diantisipasi, dan kontrol perilaku yang dirasakan. Dalam penelitian ini didapatkan bahwa terdapat tiga variabel yang memberikan pengaruh kontribusi terbesar terhadap keinginan Kewirausahaan, terdapat dalam pengendalian perilaku yang dipersepsikan, norma subjektif dan sikap.

Sementara itu penelitian ini menemukan bahwa pengaruh Emosi Positif yang diantisipasi dan Emosi Negatif yang diantisipasi terhadap Keinginan Kewirausahaan tidak signifikan. Penelitian ini juga menemukan secara empiris bahwa pengaruh terbesar terhadap Niat Kewirausahaan adalah Keinginan Kewirausahaan. Hal ini menunjukkan bahwa keinginan dapat dipercaya sebagai salah satu motivasi yang dapat mendorong pengambilan keputusan dan niat individu yang kemudian akan berdampak pada tindakan individu. Oleh karena itu, penelitian ini memberikan kontribusi teoritis terhadap teori MGB di bidang kewirausahaan (*entrepreneurial intentions*).

### Implikasi Manajerial

Hasil penelitian ini dapat membantu Lembaga Pendidikan maupun pemerintah untuk meningkatkan niat kewirausahaan dengan cara membangkitkan keinginan Kewirausahaan lewat pengendalian perilaku yang dipersepsikan, norma subjektif dan sikap lewat kehadiran proyek-proyek yang bermanfaat untuk membantu individu agar memiliki pengalaman dalam mengembangkan ide, merancang, dan mengetahui detail-detail praktis yang diperlukan untuk memulai bisnis. Kehadiran komunitas wirausaha memperkuat motivasi para mahasiswa



untuk memiliki niat kewirausahaan.

### Batasan dan Saran

Pertama, data yang terkumpul terbatas hanya berasal dari mahasiswa di DKI Jakarta, Banten, Jawa Barat. Kedua, penelitian ini dibatasi hanya oleh variabel-variabel yang diteliti, yaitu: sikap, norma subjektif, emosi positif yang diantisipasi, emosi negatif yang diantisipasi, frekuensi perilaku masa lalu, kontrol perilaku yang dirasakan, keinginan kewirausahaan, dan niat kewirausahaan. Penelitian berikutnya dapat menambahkan variabel yang mungkin berdampak pada niat kewirausahaan, seperti, panutan, pengetahuan kewirausahaan, takut gagal, dan dukungan pemerintah. Kedua, melakukan penelitian pada responden yang berbeda seperti siswa SMA. Ketiga, melakukan penelitian di lokasi yang berbeda, misalnya di pulau, provinsi, kota yang berbeda dengan tempat penelitian ini dilakukan.

### DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, N. H. et al. (2019). Entrepreneurship as a preferred career option. *Education+ Training*.
- Ahmed, T., Chandran, V. G. R., & Klobas, J. (2017). Specialized entrepreneurship education: does it really matter? Fresh evidence from Pakistan. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes* , 179-211.
- Ajzen, I. (2012). The Theory of Planned Behavior. In PAM Lange, AW Kruglanski & ET Higgins. *Handbook of theories of social psychology*, 1, 438-459.
- Al-Jubari, I. (2019). College students' entrepreneurial intention: Testing an integrated model of SDT and TPB. *Sage Open*, 9(2), 2158244019853467.
- Badan Pusat Statistik. (2018). *Statistik Gender Tematik: Profil Generasi Milenial*

- Indonesia. Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak.
- Bettiga, D., & Lamberti, L. (2018). Exploring the role of anticipated emotions in product adoption and usage. *Journal of Consumer Marketing*.
- Chang, M., Kim, J. H., & Kim, D. (2018). The effect of food tourism behavior on food festival visitor's revisit intention. *Sustainability*, 10(10), 3534.
- Chiu, W., Kim, T., & Won, D. (2018). Predicting consumers' intention to purchase sporting goods online. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*.
- Chiu, W., & Choi, H. (2018). Consumers' goal-directed behavior of purchasing sportswear products online. *Sport, Business and Management: An International Journal*.
- Choe, Y., Kim, H., & Cho, I. (2020). Role of patriotism in explaining event attendance intention and media consumption intention: the case of Rio 2016. *Current Issues in Tourism*, 23(5), 523-529.
- CNN Indonesia. (2018, Oktober 10). Hanya 3,1 Persen Penduduk Produktif di RI yang Wirausaha . Retrieved from [cnnindonesia.com: https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20181018210657-92-339664/hanya-31-persen-penduduk-produktif-di-ri-yang-wirausaha](https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20181018210657-92-339664/hanya-31-persen-penduduk-produktif-di-ri-yang-wirausaha)
- Çolakoğlu, N., & Gözükar, İ. (2016). A comparison study on personality traits based on the attitudes of university students toward entrepreneurship. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 229, 133-140.
- Drucker, P. (2014). *Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles*. New York: Routledge.
- Dubois, D., Lorini, E., & Prade, H. (2017). The strength of desires: a logical approach. *Minds and Machines*, 27(1), 199-231.
- Farani, A. Y., Karimi, S., & Motaghd, M. (2017). The role of entrepreneurial knowledge as a competence in shaping Iranian students' career intentions to start a new digital business. *European Journal of Training and Development*.
- Farrukh, M. et al. (2018). Entrepreneurial intentions The role of personality traits in perspective of theory of planned behaviour. *Asia Pacific Journal of Innovation and*

- Entrepreneurship.
- Fry, M. L. et al. (2014). The role of desire in understanding intentions to drink responsibly: An application of the model of goal-directed behaviour. *Journal of Marketing Management*, 30(5-6), 551-570.
- Gong, X. et al. (2019). Alone or together? Exploring the role of desire for online group gaming in players' social game addiction. *Information & Management*, 56(6), 103139.
- Hair, Jr. et al. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM): Second Edition*. California: SAGE Publications.
- Hair, J. F. et al. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*.
- Han, H., & Yoon, H. (2015). Driving forces in the decision to enroll in hospitality and tourism graduate program. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 17, 14-27.
- Jung, S. E. et al. (2019). Understanding Low-income Older Adults' Intention to Consume Fruits and Vegetables. *Journal of Hunger & Environmental Nutrition*, 1-16.
- Jung, S. E. et al. (2018). Understanding college students' intention to consume fruits and vegetables: an application of the Model of Goal Directed Behavior. *International Journal of Health Promotion and Education*, 56(4-5), 211-225.
- Kim, Y. et al. (2016). How consumer knowledge shapes green consumption: An empirical study on voluntary carbon offsetting. *International Journal of Advertising*, 35(1), 23-41.
- Koenig-Lewis, N., & Palmer, A. (2014). The effects of anticipatory emotions on service satisfaction and behavioral intention. *Journal of Services Marketing*.
- Kominfo. (2017, Maret 30). Peluang Besar Jadi Pengusaha Di Era Digital. Retrieved from Kominfo.go.id: <https://kominfo.go.id/content/detail/9503/peluang-besar-jadi-pengusaha-di-era-digital/0/berita>
- Lee, C. et al. (2012). The impact of non-pharmaceutical interventions for 2009 H1N1 influenza on travel intentions: A model of goal-directed behavior. *Tourism Management*, 33(1), 89-99.
- Lee, S. et al. (2018). An integrated model of pop culture fans' travel decision-making processes. *Journal of Travel Research*, 57(5), 687-701.
- Lee, M. et al. (2019). A Study on the Influence of Safety Perception on the Visit Intention of Haeundae Beach Tourists: Focused on the Extended Goal-Directed Behavioral Model. *Journal of Coastal Research*, 91(SI), 211-215.
- Lechuga Sancho, M. P., Martín-Navarro, A., & Ramos-Rodríguez, A. R. (2020). Will they end up doing what they like? the moderating role of the attitude towards entrepreneurship in the formation of entrepreneurial intentions. *Studies in Higher Education*, 45(2), 416-433.
- Levitt, J. A., Meng, F., Zhang, P., & DiPietro, R. B. (2019). Examining factors influencing food tourist intentions to consume local cuisine. *Tourism and Hospitality research*, 19(3), 337-350.
- Londono, J. C., Wilson, B., & Osorio-Tinoco, F. (2020). Understanding the entrepreneurial intentions of youth: a PLS multi-group and FIMIX analysis using the model of goal-directed behavior. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*.
- Mafabi, S. et al. (2017). The Mediation Role of Intention in Knowledge Sharing Behavior. *VINE Journal of Information and Knowledge Management Systems*.
- Mahendra, A. M., Djatmika, E. T., & Hermawan, A. (2017). The Effect of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Intention Mediated by Motivation and Attitude among Management Students, State University of Malang, Indonesia. *International Education Studies*, 10.
- Mamun, A. A. et al. (2017). Entrepreneurial intention and startup preparation: A study among business students in Malaysia. *Journal of Education for business*, 92(6), 296-314.
- Meng, B., & Choi, K. (2016). The role of authenticity in forming slow tourists' intentions: Developing an extended model of goal-directed behavior. *Tourism Management*, 57, 397-410.
- Meng, B., & Han, H. (2016). Effect of environmental perceptions on bicycle travelers' decision-making process: Developing an extended model of goal-directed behavior. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 21(11), 1184-1197.

- Molaei, R. et al. (2013) The impact of entrepreneurial ideas and cognitive style on students entrepreneurial intention. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 6.
- Munawaroh. (2020). The Influence of Problem-Based Learning Model as Learning Method, and Learning Motivation on Entrepreneurial Attitude. *International Journal of Instruction*.
- Newark, D. A. (2020). Desire and pleasure in choice. *Rationality and Society*, 32(2), 168-196.
- Norman, P., & Cooper, Y. (2011). The theory of planned behaviour and breast self-examination: Assessing the impact of past behaviour, context stability and habit strength. *Psychology & Health*, 26(9), 1156-1172.
- Ouellette, J. A., & Wood, W. (1998). Habit and intention in everyday life: The multiple processes by which past behavior predicts future behavior. *Psychological bulletin*, 124(1), 54.
- Paiva, L. E. et al. (2020). Planned Behavior and Religious Beliefs as Antecedents to Entrepreneurial Intention: A Study With University Students. *Revista de Administração Mackenzie*.
- Park, E., Lee, S., & Peters, D. J. (2017). Iowa wetlands outdoor recreation visitors' decision-making process: An extended model of goal-directed behavior. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 17, 64-76.
- Perugini, M., & Bagozzi, R. P. (2001). The role of desires and anticipated emotions in goal-directed behaviours: Broadening and deepening the theory of planned behaviour. *British Journal of Social Psychology*, 79-98.
- Perugini, M., & Bagozzi, R. P. (2004). The distinction between desires and intentions. *European Journal of Social Psychology*, 69-84.
- Rezvani, Z., Jansson, J., & Bengtsson, M. (2017). Cause I'll feel good! An investigation into the effects of anticipated emotions and personal moral norms on consumer pro-environmental behavior. *Journal of Promotion Management*, 23(1), 163-183.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach*. United Kingdom: John Wiley & Sons Ltd.
- Shevlin, B. R., & Goodwin, K. A. (2019). Past behavior and the decision to text while driving among young adults. *Transportation research part F: traffic psychology and behaviour*, 60, 58-67.
- Shin, Y. et al. (2018). An examination of locally sourced restaurant patronage intention. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 19(1), 126-149.
- Sommer, L. (2011). The theory of planned behaviour and the impact of past behaviour. *International Business & Economics Research Journal (IBER)*, 10(1).
- Song, H. et al. (2017). The role of visa exemption in Chinese tourists' decision-making: a model of goal-directed behavior. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 34(5), 666-679.
- Sun, H. et al. (2017). The impact of entrepreneurial education on entrepreneurial intention of engineering students in Hong Kong. *Management Decision*.
- Taylor, S. A., Ishida, C., & Donovan, L. A. N. (2016). Considering the role of affect and anticipated emotions in the formation of consumer loyalty intentions. *Psychology & Marketing*, 33(10), 814-829.
- Trevelyan, R. (2009). Entrepreneurial attitudes and action in new venture development. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 10(1), 21-32.
- Trivedi, R. H. (2017). Entrepreneurial-intention constraint model: A comparative analysis among post-graduate management students in India, Singapore and Malaysia. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 13(4), 1239-1261.
- Wang, J. et al. (2020). The Effect of Smog-Related Factors on Korean Domestic Tourists' Decision-Making Process. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(10), 3706.
- Yu, C. L. (2020). The role of CSR in sport consumption decision-making. *Marketing Intelligence & Planning*.
- Zulfiqar, S. et al. (2019). An analysis of influence of business simulation games on business school students' attitude and intention

toward entrepreneurial activities. *Journal of Educational Computing Research*, 57(1), 106-130.