

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BERWIRAUSAHA  
DENGAN MENGGUNAKAN *THEORY OF PLANNED BEHAVIOR* DAN *PERCEIVED  
DESIRABILITY* DIMODERASI OLEH *GENDER* (STUDI KASUS  
MAHASISWA FEB PRODI MANAJEMEN UNIVERSITAS  
HARAPAN MEDAN)**

**Nur Salam Al Hafiz<sup>1)</sup>, Aulia Arief Nasution<sup>2)</sup>, Annisa Suvero Suyar<sup>3)</sup>**  
<sup>1,2,3)</sup>Universitas Harapan Medan

[nursalamalhafiz08@gmail.com](mailto:nursalamalhafiz08@gmail.com), [bangnasution79@gmail.com](mailto:bangnasution79@gmail.com), [annishasuvero.24@gmail.com](mailto:annishasuvero.24@gmail.com)

**ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of attitude toward behavior, subjective norms, perceived behavioral control and perceived desirability on interest in entrepreneurship partially and to find out whether gender moderates the effect of attitude toward behavior, subjective norms, perceived behavioral control and perceived desirability on interest in entrepreneurship partially. The total population in this study amounted to 100 people using population research techniques. The analytical technique used is MRA. The results showed that attitude toward behavior had no effect on interest in entrepreneurship, subjective norms had a positive and significant effect on interest in entrepreneurship, perceived behavioral control had a positive and significant effect on interest in entrepreneurship, perceived desirability had no effect on interest in entrepreneurship. Gender moderates the influence of attitude toward behavior on interest in entrepreneurship, gender moderates the influence of subjective norms on interest in entrepreneurship, gender moderates the effect of perceived behavioral control on interest in entrepreneurship and gender moderates the effect of perceived desirability on interest in entrepreneurship in Management Study Program FEB students.*

*Keywords: Attitude Toward Behavior, Subjective Norms, Perceived Behavioral Control, Perceived Desirability, Gender and Entrepreneurial Interest.*

---

**PENDAHULUAN**

Tantangan untuk membangun suatu Negara berkembang menjadi Negara maju adalah mengendalikan masalah pengangguran. Untuk menanggulanginya, pendidikan kewirausahaan sejak dini tentu akan menjadi solusi yang terbaik dalam menekan jumlah pengangguran. Pendidikan di Indonesia diyakini masih berfokus pada bagaimana melahirkan lulusan yang bisa diterima bekerja diperusahaan-perusahaan baik perusahaan nasional maupun swasta bukan bagaimana melahirkan lulusan yang bisa membuat pekerjaan. Menurut McClland dalam Hata (2012:2) suatu negara akan maju jika mempunyai paling sedikit 2 persen dari jumlah total penduduk adalah wirausaha. Berarti dengan jumlah penduduk Indonesia yang mencapai lebih dari 240 juta jiwa seharusnya jumlah wirausaha di Indonesia sedikitnya 4,5 juta. Seorang wirausaha akan membuka lapangan pekerjaan baru dan mempekerjakan orang-orang yang membutuhkan pekerjaan sehingga pengangguran dapat ditekan maka perekonomian nasional akan melaju ke arah yang lebih baik. Menyikapi isu kewirausahaan butuh peran dari semua aspek baik dari pemerintah maupun akademisi perlunya menekankan pentingnya kewirausahaan bagi ekonomi suatu negara. Demikian juga dengan Universitas Harapan (UNHAR) yang berkomitmen untuk menjadi *enterpreneurial University* sehingga mampu melahirkan wirausaha-wirausaha muda mandiri.

Komitmen untuk menjadikan UNHAR sebagai Universitas yang menekankan pentingnya kewirausahaan tertanam di semua fakultasnya, salah satu bukti kongkritnya adalah dengan memasukkan mata kuliah kewirausahaan sebagai mata kuliah wajib disetiap bidang studi. Walaupun sikap nyata telah ditunjukkan oleh Universitas Harapan (UNHAR) untuk mendukung kewirausahaan semua tidak akan mampu berjalan dengan baik tanpa ada minat dari mahasiswa. *Theory of Planned Behavior* (TPB) menyatakan bahwa minat seseorang untuk melakukan suatu perilaku merupakan variabel yang menyebabkan terjadinya perilaku. Minat juga menunjukkan seberapa besar seseorang berani mencoba, minat menunjukkan seberapa besar upaya yang direncanakan seseorang untuk dilakukan. Penggunaan TPB tidak dapat dipisahkan dari aspek minat berwirausaha, artinya kewirausahaan dapat dipelajari, dikuasai dan menjadi pilihan karir bagi lulusan perguruan tinggi jika

memang dalam diri mahasiswa terdapat minat berwirausaha. Terdapat 3 faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha dalam TPB antara lain; Sikap Pribadi (*Personal Attitude*), Norma Subjektif (*Subjective Norm*), dan Persepsi Kontrol Perilaku (*Perceived Behavioral Control*).

*Academic support* menurut Bandura dalam Alwisol (2019) dukungan akademik mengacu pada faktor-faktor yang berkaitan dengan dukungan bagi seorang pelajar untuk mencapai dan menyelesaikan tugas-tugas studi dengan target hasil dan waktu yang telah ditentukan. Pada dunia akademik, terdapat PP No. 60 Tahun 1999, kebebasan akademik merupakan kebebasan yang dimiliki oleh anggota civitas akademika untuk melaksanakan kegiatan yang terkait dengan pendidikan dan pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi secara bertanggungjawab dan mandiri, adanya peraturan tentang kebebasan akademik merupakan implementasi bentuk dukungan akademik pada mahasiswa.

Dalam menciptakan seorang wirausaha dapat dimulai melalui Pendidikan kewirausahaan yang diajarkan di perguruan tinggi, tetapi akan lebih cepat apabila pendidikan kewirausahaan juga mulai diterapkan dari keluarga, masyarakat dan lembaga pendidikan. Pada dasarnya pendidikan dapat dijadikan sebagai jembatan penghubung bagi manusia menuju kehidupan yang lebih baik. Pendidikan kewirausahaan diharapkan mampu membangkitkan semangat berwirausaha, berdikari, berkarya dan mengembangkan perekonomian nasional (Asmani, 2011). Wirausaha bagi wanita merupakan alternatif pilihan bagi wanita untuk menunjukkan kemampuan dalam mengelola bisnis yang dijalankan. Hal ini senada dengan pernyataan dari Zimmerer & Acarborought (2002) dalam Armiati (2013) bahwa semakin banyak wanita yang menyadari bahwa menjadi wirausaha adalah cara terbaik untuk menembus dominasi pria yang menghambat peningkatan karier waktu ke puncak organisasi melalui bisnis mereka sendiri. Salah satu upaya pemerintah yang dilakukan melalui Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan adalah program mahasiswa wirausaha (PMW). PMW ini bertujuan untuk memberikan bekal pengetahuan, keterampilan dan sikap atau jiwa wirausaha (*entrepreneurship*) berbasis iptek pada para mahasiswa agar mengubah pola pikir (*mindset*) dari pencari kerja (*job seeker*) menjadi pencipta lapangan pekerjaan (*job creator*) serta menjadi pengusaha yang tangguh dan sukses dalam menghadapi persaingan global (Pedoman Program Mahasiswa Wirausaha, 2013).

Mengapa saya tertarik untuk melakukan penelitian ini adalah karena banyak mahasiswa yang ingin mengembangkan jiwa kewirausahaan dengan membuka usaha. Akan tetapi, hal ini terbentur dengan berbagai kendala seperti pengurusan surat izin untuk membuka usaha yang terkesan masih rumit karena terlalu banyak surat yang harus diurus. Begitu juga dengan kendala dalam hal modal, dimana tidak semua mahasiswa yang berkeinginan membuka usaha mempunyai modal yang cukup dengan modal cadangan yang hampir sama jumlahnya. Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian yang dilakukan oleh Sirejeki dkk (2017) yang berjudul "Persepektif Theory of Planned Behavior Kaitannya dengan Intensi Berwirausaha: Peran *Gender* Sebagai Moderator". Perbedaan penelitian ini dengan peneliti adalah pada variabel independen yaitu penambahan pada variabel *perceived desirability*.

## STUDI LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

### 1. Minat Berwirausaha

Minat dalam literatur kewirausahaan, didefinisikan sebagai keadaan pikiran yang mengarahkan perhatian dan tindakan seseorang terhadap wirausaha, gantinya menjadi karyawan suatu organisasi/perusahaan (Bird *et al*, 2017). Menurut Krueger (2013), minat berwirausaha adalah komitmen untuk melakukan perilaku yang dibutuhkan untuk memulai suatu badan usaha. Minat adalah suatu kecenderungan yang menetap dalam diri individu untuk merasa tertarik pada bidang tertentu dan merasa senang berkecimpung dalam hal itu individu yang berminat pada sesuatu hal akan mendorongnya untuk melakukan kegiatan tertentu tanpa paksaan. Perasaan tertarik dan senang ini dapat membuat seseorang untuk mulai dapat menikmati sesuatu yang dihadapi atau dikerjakannya. Minat merupakan keinginan untuk melakukan sesuatu yang timbul dari dalam diri seseorang dan minat dipandang sebagai salah satu faktor keberhasilan dan prestasi kerja seseorang dalam menekuni suatu bidang tertentu. Menurut Sardiman (2019:76) "Minat diartikan sebagai suatu kondisi yang terjadi apabila seseorang melihat ciri-ciri atau arti sementara situasi yang dibutuhkannya dengan keinginan-keinginan atau kebutuhan-kebutuhannya sendiri".

Menurut Walgito (2017:234) mengungkapkan minat (*interest*) adalah motif yang timbul karena organisme tertarik pada obyek sebagai hasil eksplorasi, sehingga organisme mempunyai minat terhadap obyek yang bersangkutan”. Sehingga dapat disimpulkan bahwa minat mempengaruhi seseorang dalam melakukan sesuatu, jika seseorang memiliki ketertarikan terhadap obyek tertentu maka akan bersemangat dalam melakukan hal tersebut. Dari beberapa pengertian diatas peneliti menyimpulkan pengertian minat yaitu keinginan, rasa suka individu terhadap sesuatu dan kondisi tertentu yang dibutuhkan tanpa ada yang menyuruh.

Santoso (2019) menyatakan bahwa minat berwirausaha adalah keinginan, ketertarikan serta kesediaan untuk bekerja keras atau berkemauan keras untuk berdikari atau berusaha memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa merasa takut dengan resiko yang akan terjadi, serta senantiasa belajar dari kegagalan yang dialami. Berdasarkan definisi di atas, maka yang dimaksud dengan minat wirausaha adalah keinginan, ketertarikan serta kesediaan untuk bekerja keras atau berkemauan keras dengan adanya pemusatan perhatian untuk berusaha memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa merasa takut akan resiko yang akan dihadapi, senantiasa belajar dari kegagalan yang dialami, serta mengembangkan usaha yang diciptakannya. Minat wirausaha tersebut tidak hanya keinginan dari dalam diri saja tetapi harus melihat ke depan dalam potensi mendirikan usaha.

## 2. Theory of Planned Behavior

Fishbein dan Ajzen (2011) mengemukakan teori yang berlawanan dengan teori-teori terdahulu yang menyimpulkan bahwa sikap seseorang dapat dijadikan prediktor atas suatu tindakan atau perilaku seseorang. *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang dikemukakan menambahkan faktor *subjective norms* (SN) yang bila diakumulasikan bersama-sama dengan sikap dapat mempengaruhi minat yang merupakan prediktor yang lebih kuat atas suatu perilaku/tindakan (Kan & Fabrigar, 2017). Kan, M. P. H., & Fabrigar, L. R. (2017). *Theory of Planned Behavior*. *Encyclopedia of Personality and Individual Differences*, 1–8. [https://doi.org/10.1007/978-3-319-28099-8\\_1191-1](https://doi.org/10.1007/978-3-319-28099-8_1191-1)

Faktor SN dianggap terlalu melemahkan faktor individu sebagai pengendali atas perilakunya sendiri. Oleh sebab itu variabel *Perceived Behavioral Control* (PBC) kemudian ditambahkan sebagai faktor yang mempertimbangkan fungsi pengendalian perilaku seseorang pada suatu kesempatan atau tindakan tertentu. Ketiga faktor ini kemudian menjadi penentu minat dalam *Theory of Planned Behavior* (TPB).

Menurut TPB oleh Fishbein dan Ajzen (2011), perilaku manusia dipengaruhi oleh tiga hal:

- Keyakinan dan evaluasi subjektif bahwa suatu perilaku tertentu akan memberikan suatu akibat/hasil tertentu (*behavioral beliefs*);
- Keyakinan tentang harapan normatif orang lain dan motivasi untuk memenuhi harapan tersebut (*normative beliefs*); dan
- Kepercayaan mengenai adanya faktor-faktor yang mendukung atau menghambat terlaksananya suatu perilaku; dan persepsi mengenai kekuatan faktor-faktor tersebut (*control beliefs*).

## 3. Subjective Norm

Menurut Kreitner dan Kinicki (2017), norma subjektif diartikan sebagai penerimaan tekanan sosial untuk menampilkan sebuah perilaku yang spesifik. Selanjutnya Fishbein dan Ajzen (2011) menerangkan bahwa “*The Subjective norm is the person’s perception that most people who are important to him think he should or should not perform the behavior in question*”. Mereka mendefinisikan jika norma subjektif merupakan persepsi individu berhubungan dengan kebanyakan dari orang-orang yang penting bagi dirinya mengharapkan individu untuk melakukan atau tidak melakukan tingkah laku tertentu, orang-orang yang penting bagi dirinya itu kemudian dijadikan acuan atau patokan untuk mengarahkan tingkah laku.

Norma subjektif menurut Eagly dan Chaiken (1993) maupun Fishbein dan Ajzen (2011) ditentukan oleh dua hal yaitu :

- Normative believe*, merupakan keyakinan yang berhubungan dengan pendapat tokoh atau orang lain baik perorangan maupun kelompok yang penting dan berpengaruh bagi individu yang biasa disebut dengan *significant others* (tokoh panutan) yang menjadi acuan untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku tertentu. Maka individu termotivasi untuk melakukan tingkah laku tersebut.
- Motivation to comply*, yaitu seberapa jauh motivasi individu untuk mengikuti pendapat tokoh panutan tersebut.

Pendapat ini didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Pangemanan (2013), Burhanudin (2015), Dwipradnyana (2016), Cruz dan Yasa (2015), Sreirejeki dkk (2017) yang menyatakan bahwa *subjective norms* mempengaruhi minat berwirausaha mahasiswa.

#### 4. *Perceived Behavioral Control*

Persepsi kemampuan mengontrol atau kontrol kendali berperilaku (*perceived behavioral control*) merupakan keyakinan (*beliefs*) bahwa individu pernah melaksanakan atau tidak pernah melaksanakan perilaku tertentu, individu memiliki fasilitas dan waktu untuk melakukan estimasi atas kemampuan dirinya apakah dia punya kemampuan atau tidak memiliki kemampuan untuk melaksanakan perilaku itu. Fishbein dan Ajzen (2011) menamakan kondisi ini dengan “persepsi kemampuan mengontrol” (*perceived behavioral control*). Menurut Dharmmesta (2018) kontrol kendali berperilaku yang dirasakan (*perceived behavioral control*) merupakan kondisi dimana orang percaya bahwa suatu tindakan itu mudah atau sulit untuk dilakukan. Kontrol kendali berperilaku mencakup pengalaman masa lalu mengenai manfaat dan rintangan yang ada, yang dipertimbangkan oleh orang tersebut. Menurut Achmad (2015), kontrol kendali berperilaku merupakan motivasi seseorang dipengaruhi oleh bagaimana ia mempersepsi tingkat kesulitan atau kemudahan untuk menampilkan suatu perilaku tertentu. Kontrol kendali berperilaku ditentukan oleh dua faktor yaitu *control beliefs* (kepercayaan mengenai kemampuan dalam mengendalikan) dan *perceived power* (persepsi mengenai kekuasaan yang dimiliki untuk melakukan sesuatu). Jika seseorang memiliki kepercayaan mengendalikan yang kuat mengenai faktor-faktor yang ada yang akan memfasilitasi suatu perilaku, maka seseorang tersebut memiliki persepsi yang tinggi untuk mampu mengendalikan suatu perilaku. Sebaliknya, seseorang tersebut akan memiliki persepsi yang rendah dalam mengendalikan suatu perilaku jika ia memiliki *control beliefs* yang kuat mengenai faktor-faktor yang menghambat perilaku. Persepsi ini mencerminkan masa lalu antisipasi terhadap situasi yang akan datang. Dan sikap terhadap norma yang berpengaruh di sekitar individu.

Pendapat ini didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Pangemanan (2013), Burhanudin (2015), Dwipradnyana (2016), Cruz dan Yasa (2015), Sreirejeki dkk (2017) yang menyatakan bahwa *perceived behavioral control* mempengaruhi minat berwirausaha mahasiswa.

#### 5. *Perceived Desirability*

*Perceived desirability* atau keinginan yang dirasakan menurut Shapero dalam Giagtzi (2013) dapat diartikan menjadi seberapa menarik ide untuk memulai bisnis yang dirasakan seseorang. *Perceived desirability* melibatkan persepsi atau penilaian seseorang terhadap penting atau tidaknya untuk membangun suatu bisnis (Giagtzi, 2013). Selain itu Shapero dan Sokol dalam Schlaegel & Koenig (2013), menjelaskan bahwa keinginan yang dirasakan mengacu pada sejauh mana seorang individu merasa tertarik untuk menjadi seorang pengusaha dan mencerminkan kecenderungan individu untuk perilaku kewirausahaan. Hal memberikan tambahan bahwa seseorang yang memiliki *perceived desirability* (keinginan yang dirasakan terhadap menjadi wirausaha) juga sudah mencerminkan kecenderungan individu untuk perilaku kewirausahaan. *Perceived desirability* (terhadap menjadi wirausaha) juga dipandang sebagai penilaian evaluatif terhadap manfaat dalam berwirausaha. Menurut Schlaegel dan Koenig (2013) *Perceived desirability* atau keinginan yang dirasakan adalah sejauh mana individu menemukan prospek memulai bisnis yang menarik dan mencerminkan preferensi individu untuk mengarah pada perilaku kewirausahaan.

Hal tersebut sesuai dengan Linan (2018) *perceived desirability* (keinginan yang dirasakan) mengacu pada sejauh mana seseorang dapat merasakan ketertarikan untuk perilaku tertentu, dalam hal ini yaitu untuk menjadi wirausaha dan aktivitas didalamnya. *Perceived desirability* meliputi penilaian seseorang terhadap segala sesuatu yang berkaitan dengan kegiatan berwirausaha dan menjadi wirausaha (Linan & Rodriguez, 2011). Hisrich *et al* (2012) *perceived desirability* menjelaskan sejauh mana seseorang mampu menilai sesuatu terkait keuntungan yang diperoleh dalam berwirausaha. Individu mampu menilai sesuatu terkait keuntungan yang diperoleh dalam berwirausaha. Salah satu contohnya adalah tindakan-tindakan kreatif dalam berwirausaha tidak akan muncul apabila seseorang tersebut tidak mampu menilai secara pribadi perilaku tersebut mempunyai manfaat atau dampak positif yang membuat individu lebih menyukai perilaku tertentu daripada lainnya. *Perceived desirability* dalam banyak studi digunakan dalam mengukur *entrepreneurial intention*.

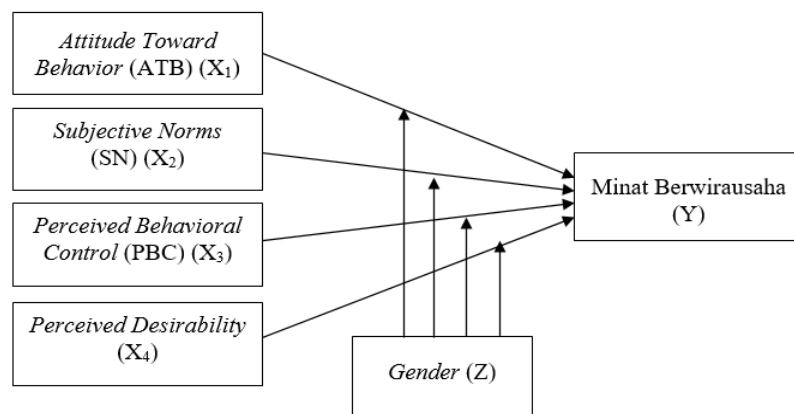
## 6. Gender

Menurut Umar (2012:29), kata “*Gender*” berasal dari bahasa Inggris, *gender* yang berarti “jenis kelamin”. Dalam *Webster’s New World Dictionary*, *gender* diartikan sebagai perbedaan yang tampak antara laki-laki dan perempuan dilihat dari segi nilai dan tingkah laku. Didalam *Webster’s Studies Encyclopedia* dijelaskan bahwa *gender* adalah suatu konsep kultural yang berupaya membuat perbedaan (*distinction*) dalam hal peran, perilaku, mentalitas dan karakteristik emosional antara laki-laki dan perempuan yang berkembang dalam masyarakat. Dalam memahami konsep *gender*, Fakhri dalam Adriana (2014:138), membedakannya antara *gender* dan seks (jenis kelamin). Pengertian seks lebih condong pada pensifatan atau pembagian dua jenis kelamin manusia berdasarkan ciri biologis yang melekat, tidak berubah dan tidak dapat dipertukarkan. Dalam hal ini sering dikatakan sebagai ketentuan Tuhan atau 'kodrat'.

Sedangkan konsep *gender* adalah sifat yang melekat pada laki-laki atau perempuan yang dikonstruksi secara sosial maupun kultural dan dapat dipertukarkan. Sehingga semua hal yang dapat dipertukarkan antara sifat laki-laki dan perempuan, yang bisa berubah dari waktu ke waktu, dari tempat ke tempat lainnya, maupun berbeda dari suatu kelas ke kelas yang lain, itulah yang disebut dengan *gender*. Jadi *gender* diartikan sebagai jenis kelamin sosial, sedangkan *sex* adalah jenis kelamin biologis. Maksudnya adalah dalam *gender* ada perbedaan peran, fungsi dan tanggung jawab antara laki-laki dan perempuan sebagai hasil konstruksi sosial. Hasil Penelitian ini didukung dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Adetia (2017) dan Sabharawati (2017) menyatakan bahwa semakin tinggi sikap yang dirasakan mahasiswa dalam memahami wirausaha, maka akan meningkat minat mahasiswa untuk berwirausaha. Pendapat ini didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Srirejeki dkk (2017) yang menyatakan bahwa *gender* memoderasi *attitude toward behavior* terhadap minat berwirausaha mahasiswa.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif, yaitu penelitian yang bersifat menghubungkan dua variabel atau lebih. Berdasarkan penjelasan di atas, dapat diketahui bahwa penelitian asosiatif yang bermaksud untuk memberikan penjelasan pengaruh *attitude toward behavior*, *subjective norms*, *perceived behavioral control* dan *perceived desirability* terhadap minat berwirausaha dengan *gender* sebagai variabel moderasi.



## Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019:61). Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa VII dan VIII yang telah mengikuti mata kuliah kewirausahaan. Teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan sampling jenuh. Menurut (Sugiyono, 2018:85) sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 orang.

**Sumber Data Penelitian**

Sumber yang digunakan adalah sumber data primer. Menurut Sugiyono (2019:308) data primer adalah sumber data yang langsung diberikan kepada pengumpul data. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dan dicatat langsung oleh peneliti melalui hasil kuisioner mengenai *attitude toward behavior*, *subjective norms*, *perceived behavioral control* dan *perceived desirability* terhadap minat berwirausaha dan *gender* sebagai variabel moderasi.

**Teknik Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Suatu metode pengumpulan data dengan menggunakan seperangkat pernyataan yang disusun untuk diajukan kepada seluruh nasabah. Sedangkan angket merupakan Teknik pengumpulan data dengan memberikan daftar pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono : 2017) tentang pendapat mereka mengenai pengaruh *attitude toward behavior*, *subjective norms*, *perceived behavioral control* dan *perceived desirability* terhadap minat berwirausaha dan *gender* sebagai variabel moderasi.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Regresi Linear Berganda**

Dari pengolahan data dengan program SPSS diperoleh “*Coefficients*”. Dalam *coefficients* ini dapat dilihat persamaan regresi linier berganda dan pengaruh *attitude toward behavior*, *subjective norms*, *perceived behavioral control* dan *perceived desirability* terhadap minat berwirausaha.

**Tabel 1.**  
**Hasil Uji Regresi Berganda**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3,902	4,407		,885	,378
Attitude Towards Behavior	,221	,208	,114	1,064	,290
Subjective Norm	,670	,267	,263	2,509	,014
Perceived Behavioral Control	,569	,189	,295	3,005	,003
Perceived Desirability	,291	,236	,119	1,231	,221

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha  
Sumber : Data Primer Diolah, 2021.

$$Y = 3,902 + 0,221 X_1 + 0,670 X_2 + 0,569 X_3 + 0,291 X_4$$

1.  $a = 3,902$  atau konstanta regresi, yang berarti jika tidak ada nilai independen variabel  $X_1$  (*attitude toward behavior*), variabel  $X_2$  (*subjective norms*), variabel  $X_3$  (*perceived behavioral control*) dan variabel  $X_4$  (*perceived desirability*). Dalam hal ini jika  $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$  dan  $Z$  sama dengan 0 (nol) maka minat berwirausaha akan berkurang sebesar 3,902.
2.  $b_1 = 0,221$  untuk independen variabel  $X_1$  (*attitude toward behavior*) yang bertanda positif menunjukkan kenaikan *attitude toward behavior* sebesar 1 satuan akan menambah minat berwirausaha sebesar 0,221 satuan.
3.  $b_2 = 0,670$  untuk independen variabel  $X_2$  (*subjective norms*) yang bertanda positif menunjukkan bahwa kenaikan *subjective norms* sebesar 1 satuan akan menambah jumlah minat berwirausaha sebesar 0,670 satuan.
4.  $b_3 = 0,569$  untuk independen variabel  $X_3$  (*perceived behavioral control*) yang bertanda positif menunjukkan bahwa kenaikan *subjective norms* sebesar 1 satuan akan menambah jumlah minat berwirausaha sebesar 0,569 satuan.
5.  $b_4 = 0,291$  untuk independen variabel  $X_4$  (*perceived desirability*) yang bertanda positif menunjukkan bahwa penurunan *perceived desirability* sebesar 1 satuan akan menambah minat berwirausaha sebesar 0,291 satuan.

Hasil Uji Hipotesis :

**Tabel 2.**  
**Hasil Uji t**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3,902	4,407		,885	,378
Attitude Towards Behavior	,221	,208	,114	1,064	,290
Subjective Norm	,670	,267	,263	2,509	,014
Perceived Behavioral Control	,569	,189	,295	3,005	,003
Perceived Desirability	,291	,236	,119	1,231	,221

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha  
Sumber : Data Primer Diolah, 2021.

Nilai t-tabel dengan derajat bebas  $100 - 4 = 96$  dan taraf nyata 5% adalah 1,984. Nilai  $t_{hitung}$  untuk  $X_1$  ( $1,064 < 1,984$ ) dan Sig ( $0,290 > 0,05$ ), maka *attitude toward behavior* tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Untuk nilai  $t_{hitung}$  untuk  $X_2$  ( $2,509 > 1,984$ ) dan Sig ( $0,014 > 0,05$ ), dengan demikian *subjective norms* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Untuk nilai  $t_{hitung}$  untuk  $X_3$  ( $3,005 > 1,984$ ) dan Sig ( $0,003 < 0,05$ ), dengan demikian *perceived behavioral control* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Untuk nilai  $t_{hitung}$  untuk  $X_4$  ( $1,231 < 1,984$ ) dan Sig ( $0,221 > 0,05$ ), dengan demikian *perceived desirability* tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha.

**Tabel 3.**  
**Hasil Uji F**

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	990,917	4	247,729	8,733	,000 <sup>b</sup>
	Residual	2694,793	95	28,366		
	Total	3685,710	99			

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

b. Predictors: (Constant), Perceived Desirability, Perceived Behavioral Control, Subjective

Norm, Attitude Towards Behavior

Sumber : Data Primer Diolah, 2021.

Dari uji ANOVA, diperoleh hasil bahwa  $F_{hitung}$  sebesar 8,733 dengan tingkat signifikansi 0,000. Jadi  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $8,733 > 3,09$ ) atau  $sig F < 5\%$  ( $0,000 < 0,05$ ). Artinya bahwa secara simultan variabel *attitude toward behavior*, *subjective norms*, *perceived behavioral control* dan *perceived desirability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Dengan ini dapat disimpulkan bahwa hipotesis dari penelitian ini dapat terbukti.

**Tabel 4.**

**Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,519 <sup>a</sup>	,269	,238	1,42203

a. Predictors: (Constant), Gender, Subjective norms, Perceived behavioral control, Attitude toward behavior

b. Dependent Variable: Minat berwirausaha

Sumber : Data Primer Diolah, 2021.

Dari tabel diatas, diperoleh *Adjusted R Square* adalah 0,238. Hal ini berarti 23,8% minat berwirausaha (Y) dipengaruhi oleh  $X_1$  (*attitude toward behavior*),  $X_2$  (*subjective norms*),  $X_3$  (*perceived behavioral control*) dan  $X_4$  (*perceived desirability*) secara bersama-sama dan sisanya sebesar 76,2% ditentukan oleh model lain di luar penelitian.

**Moderated Regression Analysis (MRA)**

MRA digunakan untuk mengetahui apakah variabel pemoderasi memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Berikut disajikan hasil MRA, yaitu:

**Tabel 5.**  
**Hasil Uji MRA I**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
	1 (Constant)	3,930	,623		
Minat Berwirausaha	-,070	,021	-,317	-3,313	,001

a. Dependent Variable: Abs\_Res1  
Sumber : Data Primer Diolah, 2021.

Berdasarkan Tabel di atas, menunjukkan persamaan MRA I adalah  $e_{absolute} = 3,930 - 0,070$ , dimana nilai konstanta ke arah positif. Sedangkan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yakni (0,001 < 0,05). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa  $H_5$  diterima dan  $H_0$  ditolak yaitu *gender* memoderasi hubungan antara *attitude toward behavior* terhadap minat berwirausaha.

**Tabel 6.**  
**Hasil Uji MRA II**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
	1 (Constant)	4,229	,620		
Minat Berwirausaha	-,078	,021	-,348	-3,678	,000

a. Dependent Variable: Abs\_Res2  
Sumber : Data Primer Diolah, 2021

Berdasarkan Tabel di atas, menunjukkan persamaan MRA II adalah  $e_{absolute2} = 4,229 - 0,078$ , dimana nilai konstanta ke arah positif. Sedangkan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 yakni (0,000 < 0,05). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa  $H_6$  diterima dan  $H_0$  ditolak yaitu *gender* memoderasi hubungan antara *subjective norms* terhadap minat berwirausaha.

**Tabel 7.**  
**Hasil Uji MRA III**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
	1 (Constant)	3,638	,614		
Minat Berwirausaha	-,061	,021	-,283	-2,922	,004

a. Dependent Variable: Abs\_Res3  
Sumber : Data Primer Diolah, 2021

Berdasarkan Tabel diatas menunjukkan persamaan MRA III adalah  $e_{absolute3} = 3,638 - 0,061$ , dimana nilai konstanta ke arah positif. Sedangkan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 yakni (0,004 < 0,05). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa  $H_7$  diterima dan  $H_0$  ditolak yaitu *gender* memoderasi hubungan antara *perceived behavioral control* terhadap minat berwirausaha.

**Tabel 8.**  
**Hasil Uji MRA IV**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4,100	,607		6,755	,000
Minat Berwirausaha	-,072	,021	-,332	-3,486	,001

a. Dependent Variable: Abs\_Res4  
Sumber : Data Primer Diolah, 2021

Berdasarkan Tabel di atas, menunjukkan persamaan MRA III adalah  $e_{absolute3} = 4,100 - 0,072$ , dimana nilai konstanta ke arah positif. Sedangkan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 yakni ( $0,001 < 0,05$ ). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa  $H_8$  diterima dan  $H_0$  ditolak yaitu *gender* memoderasi hubungan antara *perceived desirability* terhadap minat berwirausaha. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa *Gender* memoderasi pengaruh *perceived desirability* terhadap minat berwirausaha pada Mahasiswa FEB Prodi Manajemen. Pendapat ini didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Srirejeki dkk (2017) yang menyatakan bahwa *gender* memoderasi pengaruh *perceived desirability* mempengaruhi minat berwirausaha mahasiswa. *Gender* merupakan seperangkat peran, perilaku, kegiatan ataupun ciri yang dikira pantas untuk pria serta wanita. *Gender* berlaku pada peran yang dikonstruksikan warga serta perilaku- perilaku yang dipelajari dan harapan- harapan yang berhubungan dalam wanita serta dalam pria.

**KESIMPULAN DAN SARAN (CONCLUSION AND RECOMMENDATION)**

Berdasarkan hasil pengujian statistik yang dilakukan, berikut ini dapat disampaikan beberapa simpulan sebagai berikut:

Kesimpulan dalam penelitian ini adalah :

1. *Attitude toward behavior* tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha pada Mahasiswa FEB Prodi Manajemen.
2. *Subjective norms* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha pada Mahasiswa FEB Prodi Manajemen.
3. *Perceived behavioral control* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha pada Mahasiswa FEB Prodi Manajemen.
4. *Perceived desirability* tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha pada Mahasiswa FEB Prodi Manajemen.
5. *Gender* memoderasi pengaruh *attitude toward behavior* terhadap minat berwirausaha pada Mahasiswa FEB Prodi Manajemen.
6. *Gender* memoderasi pengaruh *subjective norms* terhadap minat berwirausaha pada Mahasiswa FEB Prodi Manajemen.
7. *Gender* memoderasi pengaruh *perceived behavioral control* terhadap minat berwirausaha pada Mahasiswa FEB Prodi Manajemen.
8. *Gender* memoderasi pengaruh *perceived desirability* terhadap minat berwirausaha pada Mahasiswa FEB Prodi Manajemen

Berdasarkan pembahasan dan simpulan yang telah dipaparkan sebelumnya, maka adapun saran-saran yang dapat diberikan kepada mahasiswa yang mengikuti mata kuliah kewirausahaan yaitu:

1. Diharapkan meningkatkan semua aplikasi *theory of planned behavior* meliputi sikap, norma subyektif dan kontrol perilaku arena mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha oleh mahasiswa fakultas ekonomi. *Theory planned behavior* yang harus lebih diperhatikan secara seksama oleh fakultas ekonomi sehingga lebih dapat ditingkatkan norma subyektif, kontrol perilaku, dan sikap. Sikap harus mendapatkan prioritas utama karena memiliki pengaruh yang paling kecil diantara *theory of planned behavior* lainnya terhadap niat berwirausaha oleh mahasiswa fakultas ekonomi.
2. *Attitude towards behavior* diketahui lebih dominan berpengaruh terhadap niat berwirausaha oleh mahasiswa. Oleh karena itu, diharapkan mahasiswa dapat mempertahankan dan menerima pandangan lain yang dapat mendorong niat berwirausaha.

3. Sikap merupakan faktor yang sangat perlu diperhatikan oleh para mahasiswa sendiri dan disarankan bahwa manajemen fakultas ekonomi bisnis harus melakukan pembentukan sikap melalui pembinaan mata kuliah kewirausahaan.

## REFERENSI

- Kan, M. P. H., & Fabrigar, L. R. (2017). Theory of Planned Behavior. *Encyclopedia of Personality and Individual Differences*, 1–8. [https://doi.org/10.1007/978-3-319-28099-8\\_1191-1](https://doi.org/10.1007/978-3-319-28099-8_1191-1)
- Achmad, Zakarija. (2015). “Theory of Planned Behavior, Masihkah Relevan?” Kan, M. P. H., & Fabrigar, L. R. (2017). Theory of Planned Behavior. *Encyclopedia of Personality and Individual Differences*, 1–8. [https://doi.org/10.1007/978-3-319-28099-8\\_1191-1](https://doi.org/10.1007/978-3-319-28099-8_1191-1)
- Adriana, Iswah. (2014). *Kurikulum Berbasis Gender, Tadrîs*. Volume 4. Nomor 1.
- Alwisol. (2019). *Psikologi Kepribadian*, Edisi Revisi Malang :UMM Press.
- Armiaati. (2013). Komunikasi Matematis Dan Kecerdasan Emosional. Seminar Nasional Matematika dan Pendidikan Matematika Jurusan Pendidikan Matematika FMIPA UNY.
- Asmani. (2011). *Tuntunan Lengkap Metodologi Praktis Penelitian Pendidikan* : Jakarta, Diva Press.
- Bird, B., Souitaris, V., Zerbini, S., & Al-Laham, A. (2007). Do Entrepreneurship Programmes Raise Entrepreneurial Intention Of Science And Engineering Students? The Effect Of Learning, Inspiration And Resources. *Journal of Business Venturing*, 22(4): 566-591.
- Dharmmesta, B. D. (2018), Theory of Planned Behavior dalam Penelitian Sikap, Minat dan Perilaku Konsumen. *Kelola Gajah Mada University Business*. 18, 85-103.
- Eagly, A. H. & Chaiken, S. (2013). *The Psychology of Attitudes*. Fort Worth, Harcourt Brace Jovanovitch. Boston. USA.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (2011). *Belief, Attitude, Intention, And Behavior: An Introduction To Theory And Research*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Giagtzi, Z. (2013). *How Perceived Feasibility And Desirability Of Entrepreneurship Influence Entrepreneurial Intentions: A Comparison Between Southern and Northern European Countries*.
- Hata, Wirawan. (2012). *Cara Mudah Memahami Statistik 2 (Statistik Inferensial) untuk Ekonomi dan Bisnis*. Edisi Kedua. Denpasar: Keraras Emas.
- Hisrich, R. D., Peters, P.M., & Shepard, D.A. (2012). *Entrepreneurship*. Mc Graw Hill International Edition, Singapore.
- Kreitner, R dan A. Kinicki. (2017). *Perilaku Organisasi*. Edisi pertama. Jakarta: Salemba Empat.
- Krueger, N. (2013). The Impact Of Prior Entrepreneurial Exposure On Perceptions Of New Venture Feasibility And Desirability. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 18(1), 5–21.
- Linan, F. (2018). Intention-Based Models Of Entrepreneurship Education. *Piccola Impresa. Small Business*, Iss. 3, 11-35.
- Santoso. (2019). *Teori Kepribadian*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Sardiman, A. M. (2019). *Interaksi dan Motivasi Belajar dan Mengajar*. Jakarta, Rajawali Pers.
- Schlaegel, H.G dan Koenig Schmidt. (2013). *Mikrobiologi Umum* Edisi Keenam. Gadjah Mada University Press. Yogyakarta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND*. Bandung: Alfabeta.
- Umar, Nassaruddin. (2012). *Argumen Kesetaraan Gender*. Jakarta: Dian Rakyat.
- Walgito, Bimo. (2017). *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: Andi Offset.