

Pengaruh Sikap dan Norma Subyektif terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Mulawarman

Trie Novi Anantha¹, Abdul Gafur^{2✉}, Sri Wahyuni³

Universitas Mulawarman, Samarinda, Indonesia.

✉ Corresponding author: abdul.gafur@feb.unmul.ac.id

Article history

Received 2020-07-15 | Accepted 2020-11-10 | Published 2020-12-01

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menguji sikap dan norma terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Mulawarman. Pengujian hipotesis dilakukan dengan korelasi rank spearman pada 55 mahasiswa angkatan 2014-2015 yang telah mengikuti mata kuliah kewirausahaan dan etika bisnis Islam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa korelasi atau hubungan antara variabel sikap dan norma subyektif dengan minat berwirausaha sebesar 0,892² berada diatas 0,5 atau sudah mendekati nilai 1,00 atau $r=1$. Berdasarkan hasil uji hipotesis korelasi rank spearman dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan di antara variabel sikap dan norma subyektif terhadap minat berwirausaha karena nilai r_s hitung $> r_s$ tabel atau nilai $0,707 > 0,266$ dengan tingkat signifikansi $0.000 < 0.05$ maka dengan demikian hipotesis diterima atau dapat dibuktikan kebenarannya.

Kata Kunci: Sikap; Norma Subyektif; Minat Berwirausaha.

The Influence of Attitudes and Subjective Norms on Entrepreneurial Interest in Students of the Sharia Economics Study Program at Mulawarman University

Abstract

This study aims to examine attitudes and norms on entrepreneurial interest in students of the Sharia Economics Study Program at Mulawarman University. Hypothesis testing was conducted using Spearman rank correlation on 55 students from the 2014-2015 intake who had taken courses in entrepreneurship and Islamic business ethics. The results of the study indicate that the correlation or relationship between the variables of attitude and subjective norms with entrepreneurial interest is 0.892², above 0.5 or approaching 1.00, or $r = 1$. Based on the results of the Spearman rank correlation hypothesis test, it can be seen that there is a positive and significant influence between the variables of attitude and subjective norms on entrepreneurial interest because the calculated r_s value is $> r_s$ table or a value of $0.707 > 0.266$ with a significance level of $0.000 < 0.05$, thus the hypothesis is accepted or can be proven true.

Keywords: Attitude; Subjective Norms; Entrepreneurial Interest.

This is an open-access article under the CC-BY-SA license.



Copyright © 2020 Trie Novi Anantha, Abdul Gafur, Sri Wahyuni

1. Pendahuluan

Kewirausahaan semakin diakui sebagai pendorong penting untuk pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, dan pengurangan kemiskinan, terutama di negara-negara berkembang (Kritikos, 2015). Ini melampaui generasi pendapatan belaka, mencakup spektrum kegiatan yang lebih luas yang berfokus pada inovasi, pemecahan masalah, dan penciptaan nilai. Dalam konteks pendidikan tinggi, menumbuhkan minat kewirausahaan di kalangan siswa sangat penting untuk menumbuhkan generasi individu yang terampil dan mandiri yang mampu berkontribusi pada pembangunan nasional (Salem, 2014). Namun, terlepas dari penekanan yang berkembang pada pendidikan kewirausahaan, kesenjangan yang signifikan sering ada antara pengetahuan teoritis yang diperoleh dalam pengaturan akademik dan manifestasi aktual dari niat kewirausahaan di antara siswa. Hal ini terutama terlihat di daerah di mana aktivitas kewirausahaan tetap relatif rendah dibandingkan dengan tolok ukur global.

Indonesia, misalnya, menunjukkan tingkat kewirausahaan yang relatif rendah yaitu 1,7% dari total populasinya, yang jauh lebih rendah daripada negara-negara tetangga ASEAN seperti Singapura (7%), Malaysia (5%), dan Thailand (4,5%) (Sihombing et al., 2019). Disparitas ini menunjukkan bahwa pendekatan pendidikan saat ini mungkin tidak sepenuhnya diterjemahkan ke dalam aspirasi kewirausahaan yang nyata. Sementara program studi ekonomi Islam sering mengintegrasikan kursus kewirausahaan dan etika bisnis, efektivitas kursus ini dalam membentuk sikap siswa dan norma subjektif terhadap kewirausahaan, dan kemudian minat kewirausahaan mereka, memerlukan penyelidikan yang lebih dalam. Kesenjangan penelitian yang kritis terletak pada pemahaman bagaimana intervensi akademik tertentu, seperti kursus kewirausahaan dan etika bisnis Islam, mempengaruhi konstruksi psikologis (sikap dan norma subyektif) yang mendukung minat kewirausahaan di kalangan mahasiswa ekonomi Islam (Rehan et al., 2019) (Ashraf, 2019) (Rehan, Block, Block, et al., 2019). Penelitian ini bertujuan untuk menjembatani kesenjangan ini dengan memeriksa pengaruh positif dan signifikan dari sikap siswa dan norma subjektif, yang dikembangkan melalui kursus khusus ini, pada minat mereka dalam kewirausahaan. Dengan mengidentifikasi hubungan ini, penelitian ini berusaha untuk menginformasikan pengembangan kurikulum dan strategi pedagogis untuk lebih efektif menumbuhkan semangat kewirausahaan dalam demografi siswa ini.

2. Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menyelidiki hubungan antara sikap siswa, norma subyektif, dan minat kewirausahaan. Populasi penelitian terdiri dari semua mahasiswa Ekonomi Islam dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman, khususnya mereka yang terdaftar dalam kelompok akademik 2014-2015 yang telah menyelesaikan mata kuliah kewirausahaan dan etika bisnis Islam. Total populasi untuk kohort ini adalah 121 siswa.

Untuk memilih peserta penelitian, teknik pengambilan sampel non-probabilitas, khususnya pengambilan sampel tujuan, digunakan. Metode ini dipilih karena tidak semua anggota populasi memenuhi kriteria spesifik yang relevan dengan fenomena yang diselidiki (Shoukat, 2019). Kriteria pemilihan sampel termasuk mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah yang telah mengambil mata kuliah Kewirausahaan dan Etika Bisnis Islam. Ukuran sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin (Naing, 2003), yang menghasilkan sampel 55 siswa.

Pengumpulan data melibatkan penyebaran kuesioner dan dokumentasi. Kuesioner, yang dirancang sebagai seperangkat pertanyaan yang terkait secara logis, adalah instrumen utama untuk mengumpulkan data dari responden untuk menguji hipotesis penelitian. Analisis data terutama menggunakan metode Koefisien Penentuan (KD) dan metode Korelasi Peringkat Spearman. Koefisien Penentuan (R -kuadrat) digunakan untuk menilai proporsi varians dalam variabel dependen (minat wirausaha) yang dapat dijelaskan oleh variabel independen (sikap dan norma subjektif). Korelasi Peringkat Spearman digunakan untuk menentukan kekuatan dan arah hubungan monoton antara

variabel skala ordinal. Pengujian hipotesis melibatkan membandingkan koefisien korelasi peringkat Spearman (Terpstra et al., 2011) yang dihitung (r_s hitung) dengan nilai tabel kritis (r_s tabel) untuk menentukan penerimaan atau penolakan hipotesis.

3. Hasil dan Pembahasan

Analisis ini mengungkap hubungan yang signifikan dan positif antara sikap siswa dan minat kewirausahaan, serta antara norma subyektif dan minat kewirausahaan di kalangan mahasiswa Ekonomi Syariah. Temuan ini menggarisbawahi peran penting dari faktor psikologis internal dan pengaruh sosial eksternal dalam membentuk aspirasi kewirausahaan siswa.

Studi ini menemukan pengaruh positif dan signifikan dari sikap siswa ekonomi Islam (X_1) terhadap minat kewirausahaan mereka (Y). Secara khusus, koefisien korelasi peringkat Spearman yang dihitung (r_s hitung) adalah 0,707, yang lebih besar dari nilai tabel (r_s tabel) 0,266, dengan tingkat signifikansi 0,000 ($p < 0,05$). Ini menunjukkan bahwa sikap yang lebih positif terhadap kewirausahaan secara signifikan memprediksi minat yang lebih tinggi dalam upaya kewirausahaan.

Penelitian lebih lanjut menjelaskan bahwa sikap siswa, yang ditandai dengan keadilan dalam menerima pendapat orang lain, responsif terhadap bimbingan dosen, apresiasi terhadap kritik dan saran, dan rasa tanggung jawab, berkorelasi positif dengan minat kewirausahaan. Studi ini menunjukkan bahwa siswa yang secara efektif menyerap materi kursus kewirausahaan dan etika bisnis Islam mengembangkan sikap positif, menumbuhkan rasa ingin tahu dan keinginan yang kuat untuk terlibat dalam kewirausahaan sejalan dengan etika Islam. Hasil ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang juga menunjukkan pengaruh signifikan dari sikap dan persepsi mental pada minat wirausaha siswa (Setiawan, 2014) (Ganpathi, 2016). Dengan demikian, sikap positif yang proaktif dan konsisten meningkatkan kepercayaan diri, kreativitas, dan pemikiran ke depan, yang merupakan sifat penting untuk kesuksesan wirausaha. Siswa yang menginternalisasi nilai-nilai yang diajarkan dalam kursus ini lebih cenderung mengembangkan integritas yang dibutuhkan untuk mengejar usaha kewirausahaan.

Hasil ini sejalan dengan baik dengan teori perilaku terencana, yang menyatakan bahwa sikap terhadap suatu perilaku adalah prediktor kunci dari niat perilaku (Ajzen & Madden, 1986). Secara khusus, sikap positif yang diamati pada siswa mencakup berbagai dimensi, seperti keadilan dalam menerima pendapat orang lain, responsif terhadap bimbingan fakultas, apresiasi terhadap kritik konstruktif, dan rasa tanggung jawab. Atribut ini berkorelasi positif dengan minat kewirausahaan, menunjukkan bahwa lingkungan pendidikan yang memupuk sikap ini dapat secara signifikan meningkatkan aspirasi kewirausahaan siswa.

Pemeriksaan lebih lanjut mengungkapkan bahwa siswa yang secara efektif menyerap materi yang disajikan dalam kursus kewirausahaan dan etika bisnis Islam cenderung menumbuhkan sikap positif. Keterlibatan ini tidak hanya memicu rasa ingin tahu tetapi juga menanamkan keinginan kuat untuk berpartisipasi dalam kegiatan kewirausahaan sesuai dengan etika Islam. Temuan tersebut konsisten dengan penelitian sebelumnya yang juga menyoroti dampak signifikan dari sikap dan persepsi mental pada minat kewirausahaan siswa. Selain itu, penelitian ini menggarisbawahi bahwa sikap positif yang proaktif dan konsisten berperan penting dalam meningkatkan kepercayaan diri, kreativitas, dan pemikiran ke depan, sifat-sifat yang penting untuk kesuksesan wirausaha. Siswa yang menginternalisasi nilai-nilai yang diajarkan dalam kursus ini lebih cenderung mengembangkan integritas yang diperlukan untuk mengejar usaha kewirausahaan.

Hasil ini sejalan dengan penelitian lain, yang juga menekankan peran sikap positif dalam menumbuhkan niat kewirausahaan di kalangan siswa (Sosial et al., 2018; Wurthmann, 2014). Demikian pula penelitian ini sejalan dengan temuan bahwa siswa dengan landasan etika yang kuat lebih cenderung terlibat dalam kegiatan kewirausahaan, lebih lanjut mendukung gagasan bahwa kerangka pendidikan yang mempromosikan

pertimbangan etis dapat mengarah pada minat kewirausahaan yang lebih besar (Lourenço et al., 2015). Temuan penelitian ini tidak hanya berkontribusi pada kumpulan literatur yang ada tentang hubungan antara sikap siswa dan minat kewirausahaan tetapi juga memberikan implikasi praktis bagi pendidik. Dengan menciptakan lingkungan pengasuhan yang mempromosikan sikap positif, pendidik dapat secara signifikan mempengaruhi lintasan kewirausahaan siswa, yang pada akhirnya mengarah ke ekosistem kewirausahaan yang lebih kuat. Penelitian di masa depan harus mengeksplorasi efek jangka panjang dari sikap ini pada hasil kewirausahaan aktual dan faktor penengah potensial yang terlibat.

Demikian pula, penelitian ini mengidentifikasi pengaruh positif dan signifikan dari norma subyektif (X2) pada minat kewirausahaan (Y) mahasiswa ekonomi Islam. Nilai r_s hitung adalah 0.587, melebihi tabel r_s 0.266, dengan tingkat signifikansi 0.000 ($p < 0.05$). Ini menunjukkan bahwa tekanan sosial yang dirasakan atau pengaruh dari referensi penting secara signifikan berkontribusi pada minat siswa dalam kewirausahaan. Hasil ini memperkuat pentingnya lingkungan sosial dan pengaruh teman sebaya, seperti yang dijelaskan oleh teori Ajzen, di mana norma-norma subyektif mencerminkan persepsi individu tentang tekanan sosial untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku.

Norma subyektif, dalam konteks ini, mencakup keyakinan siswa lain yang mempengaruhi perilaku kewirausahaan siswa. Studi ini menemukan bahwa persepsi siswa tentang norma-norma ini, terutama setelah terlibat dengan kursus kewirausahaan dan etika bisnis Islam, berdampak positif pada minat kewirausahaan mereka. Ini menunjukkan bahwa ketika siswa merasa bahwa teman sebaya, keluarga, atau dosen mereka menghargai dan mendorong kewirausahaan, mereka lebih cenderung mengembangkan minat terhadapnya sendiri. Kurikulum kewirausahaan dan kursus etika bisnis Islam memainkan peran penting dalam membentuk norma-norma subyektif positif ini, karena menyediakan kerangka kerja yang mendorong siswa untuk melihat kewirausahaan sebagai jalur karir yang diinginkan dan etis. Temuan ini sejalan dengan penelitian Stamboulis & Barlas (2014) dan Kirkwood et al. (2014), yang juga menyoroti dampak positif kursus kewirausahaan terhadap minat siswa untuk menjadi pengusaha. Implikasinya adalah bahwa lingkungan sosial yang mendukung, di mana kewirausahaan dipandang sebagai upaya yang berharga dan dihormati, menumbuhkan persepsi positif dan keinginan kuat di antara siswa untuk mengejar karir kewirausahaan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.

Norma subyektif mencerminkan persepsi individu tentang tekanan sosial untuk terlibat atau menahan diri dari perilaku tertentu. Dalam konteks ini, keyakinan teman sebaya secara signifikan mempengaruhi perilaku kewirausahaan siswa, menunjukkan bahwa ketika siswa merasa bahwa teman sebaya, keluarga, atau fakultas mereka menghargai dan mendorong kewirausahaan, minat mereka sendiri dalam mengejar usaha kewirausahaan meningkat. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menekankan peran pengaruh sosial dalam membentuk niat kewirausahaan. Misalnya, penelitian telah menunjukkan bahwa lingkungan sosial yang mendukung dapat meningkatkan motivasi individu untuk terlibat dalam kegiatan kewirausahaan (Renko & Freeman, 2017; Castaño et al., 2015).

Selain itu, penelitian ini menyoroti dampak intervensi pendidikan, khususnya kursus kewirausahaan dan kelas etika bisnis Islam, pada norma subyektif siswa. Kurikulum tidak hanya memberikan pengetahuan tetapi juga menumbuhkan lingkungan yang mendorong siswa untuk melihat kewirausahaan sebagai jalur karir yang diinginkan dan etis. Temuan ini beresonansi dengan penelitian lain yang menunjukkan program pendidikan terstruktur dapat secara signifikan meningkatkan niat kewirausahaan siswa (Maresch et al., 2016; Barba-Sánchez & Atienza-Sahuquillo, 2018). Implikasinya adalah bahwa lembaga pendidikan memainkan peran penting dalam membentuk persepsi dan sikap siswa terhadap kewirausahaan. Ketika kurikulum dirancang untuk mempromosikan norma-norma subyektif positif, itu dapat menyebabkan kecenderungan yang lebih kuat di

antara siswa untuk mengejar karir kewirausahaan, terutama dalam kerangka prinsip-prinsip Islam.

Selanjutnya, penelitian ini menekankan perlunya lingkungan sosial yang mendukung di mana kewirausahaan dianggap sebagai upaya yang berharga dan dihormati. Aspek ini sangat penting karena menumbuhkan persepsi positif dan keinginan kuat di antara siswa untuk terlibat dalam kegiatan kewirausahaan. Penelitian telah menunjukkan bahwa konteks sosial yang memelihara dapat secara signifikan meningkatkan niat kewirausahaan (Bello et al., 2018). Temuan ini menunjukkan bahwa pemangku kepentingan dalam pendidikan, termasuk pembuat kebijakan dan pendidik, harus bekerja secara kolaboratif untuk menciptakan lingkungan yang tidak hanya mendukung tetapi juga secara aktif mempromosikan kewirausahaan sebagai pilihan karir yang layak. Hal ini dapat dicapai melalui program bimbingan, peluang jaringan, dan inisiatif keterlibatan masyarakat yang memperkuat pentingnya kewirausahaan dalam konteks ekonomi lokal dan yang lebih luas.

Hasil penelitian ini menjelaskan peran penting norma-norma subjektif dalam mempengaruhi minat kewirausahaan di kalangan mahasiswa ekonomi Islam. Korelasi positif yang ditemukan menunjukkan bahwa membina lingkungan sosial yang mendukung dan menerapkan intervensi pendidikan yang efektif dapat secara signifikan meningkatkan aspirasi kewirausahaan siswa. Penelitian di masa depan dapat mengeksplorasi lebih lanjut nuansa hubungan ini dan dampak potensial dari strategi pendidikan yang berbeda dalam menumbuhkan niat kewirausahaan di antara populasi siswa yang beragam. Diskusi ini memberikan kerangka kerja untuk memasukkan kutipan dan membandingkan hasil dengan studi lain, memungkinkan pemahaman komprehensif tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat kewirausahaan dalam konteks pendidikan ekonomi Islam.

Sikap dan norma subjektif menunjukkan kekuatan prediksi yang kuat atas minat kewirausahaan. Nilai R-kuadrat 0,796 menunjukkan bahwa 79,6% dari varians minat wirausaha dapat dijelaskan oleh dua variabel ini. Koefisien determinasi yang tinggi ini menunjukkan bahwa menumbuhkan sikap positif dan menumbuhkan norma-norma subjektif yang mendukung adalah strategi yang sangat efektif untuk mendorong minat kewirausahaan di kalangan siswa. Koefisien korelasi (R) 0,8922 selanjutnya menegaskan hubungan yang kuat, positif, dan searah antara variabel independen (sikap dan norma subjektif) dan variabel dependen (minat kewirausahaan). Korelasi yang kuat ini, mendekati 1,00, menandakan hubungan positif yang hampir sempurna, menekankan pentingnya gabungan dari faktor-faktor ini.

Temuan ini menunjukkan bahwa lembaga pendidikan seharusnya tidak hanya fokus pada penyebaran pengetahuan kewirausahaan tetapi juga secara aktif bekerja membentuk kecenderungan psikologis siswa dan persepsi sosial mereka tentang kewirausahaan. Dengan mengintegrasikan pengalaman praktis, pertimbangan etis, dan pembelajaran *peer-to-peer* dalam kurikulum, universitas dapat menciptakan ekosistem yang memelihara keyakinan individu dan dorongan kolektif terhadap kewirausahaan. Pendekatan holistik ini sangat relevan dalam program ekonomi Islam, di mana penekanan pada praktik bisnis etis dapat lebih memperkuat sikap positif dan norma subjektif, menyelaraskan pengejaran kewirausahaan dengan nilai-nilai agama dan kesejahteraan masyarakat.

Temuan tersebut konsisten dengan Ren et al. (2018) dan Johnson & Mathew (2017), yang juga melaporkan bahwa sikap positif secara signifikan mempengaruhi kesediaan individu untuk terlibat dalam kegiatan kewirausahaan. Lembaga pendidikan seharusnya tidak hanya fokus pada penyebaran pengetahuan kewirausahaan tetapi juga secara aktif bekerja untuk membentuk kecenderungan psikologis siswa dan persepsi sosial mereka tentang kewirausahaan. Pendekatan ini digaungkan dalam literatur, di mana [masukkan studi atau penulis yang relevan] berpendapat bahwa program pendidikan harus menggabungkan elemen yang meningkatkan efikasi diri siswa dan sistem dukungan sosial untuk menumbuhkan niat kewirausahaan (Yun, 2010; Saeed et al., 2015).

Untuk menciptakan ekosistem pengasuhan untuk kewirausahaan, penelitian ini merekomendasikan untuk mengintegrasikan pengalaman praktis, pertimbangan etis, dan pembelajaran *peer-to-peer* ke dalam kurikulum. Pendekatan holistik ini sangat relevan dalam konteks program studi ekonomi syariah, di mana penekanan pada praktik bisnis etis dapat semakin memperkuat sikap positif dan norma-norma subjektif. Studi sebelumnya, seperti [masukkan studi atau penulis yang relevan], telah menunjukkan bahwa pertimbangan etis dalam pendidikan bisnis dapat mengarah pada komitmen yang lebih mendalam untuk kewirausahaan yang selaras dengan nilai-nilai masyarakat (Zainal et al., 2017).

Temuan penelitian ini menggarisbawahi pentingnya sikap dan norma subjektif dalam menumbuhkan minat kewirausahaan di kalangan siswa. Dengan mengadopsi strategi pendidikan komprehensif yang mengintegrasikan pengalaman praktis dan pertimbangan etis, institusi dapat secara efektif menumbuhkan lingkungan yang mendukung untuk kewirausahaan. Pendekatan ini tidak hanya sejalan dengan temuan penelitian ini tetapi juga beresonansi dengan literatur yang ada yang menganjurkan kerangka pendidikan yang lebih terintegrasi dan mendukung untuk meningkatkan niat kewirausahaan. Penelitian di masa depan dapat mengeksplorasi lebih lanjut mekanisme di mana faktor-faktor ini berinteraksi dan dampak jangka panjangnya pada hasil kewirausahaan.

4. Simpulan

Penelitian ini secara meyakinkan menunjukkan bahwa sikap siswa dan norma subjektif secara signifikan dan positif mempengaruhi minat kewirausahaan di kalangan mahasiswa Ekonomi Syariah di Universitas Mulawarman, terutama setelah mereka mengikuti kursus kewirausahaan dan etika bisnis Islam. Studi ini menemukan korelasi positif yang kuat, dengan koefisien determinasi yang tinggi, menunjukkan bahwa sebagian besar minat kewirausahaan dapat dijelaskan oleh dua faktor ini. Sikap positif, ditandai dengan keterbukaan, daya tanggap, dan tanggung jawab, dikombinasikan dengan norma-norma subjektif yang mendukung, di mana kewirausahaan dipandang baik oleh teman sebaya dan mentor, sangat penting dalam menumbuhkan keinginan yang kuat untuk terlibat dalam kegiatan kewirausahaan. Temuan ini menggarisbawahi pentingnya strategi pendidikan komprehensif yang tidak hanya memberikan pengetahuan tetapi juga secara aktif membentuk lingkungan psikologis dan sosial siswa untuk menumbuhkan semangat kewirausahaan yang kuat yang selaras dengan prinsip-prinsip etika.

Daftar Pustaka

- Ajzen, I., & Madden, T. J. (1986). Prediction of goal-directed behavior: Attitudes, intentions, and perceived behavioral control. *Journal of Experimental Social Psychology*, 22(5), 453–474. [https://doi.org/10.1016/0022-1031\(86\)90045-4](https://doi.org/10.1016/0022-1031(86)90045-4)
- Ashraf, M. A. (2019). Determinants of Islamic entrepreneurial intentions: an analysis using SEM. *Journal of Islamic Marketing*, 12(1), 20–40. <https://doi.org/10.1108/JIMA-05-2019-0116>
- Barba-Sánchez, V., & Atienza-Sahuquillo, C. (2018). Entrepreneurial intention among engineering students: The role of entrepreneurship education. *European Research on Management and Business Economics*, 24(1), 53–61. <https://doi.org/10.1016/J.IEDEEN.2017.04.001>
- Bello, B., Mattana, V., & Loi, M. (2018). The power of peers. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 24(1), 214–233. <https://doi.org/10.1108/IJEER-07-2016-0205>
- Castaño, M.-S., Méndez, M.-T., & Galindo, M.-Á. (2015). The effect of social, cultural, and economic factors on entrepreneurship. *Journal of Business Research*, 68(7), 1496–1500. <https://doi.org/10.1016/J.JBUSRES.2015.01.040>
- Ganpathi, R. (2016). A Study on Dimensions Influencing the Students' Entrepreneurial Intention. *Journal of Management and Research*, 3(1), 1–6. <https://doi.org/10.5958/2394-2770.2016.00001.6>
- Johnson, J., & Mathew, S. K. (2017). Entrepreneurial Attitudes and Their Influence on the Entrepreneurial Intention. *Asian Journal of Research in Business Economics and Management*, 7(8), 261–274. <https://doi.org/10.5958/2249-7307.2017.00143.8>

- Kirkwood, J., Dwyer, K., & Gray, B. (2014). Students' reflections on the value of an entrepreneurship education. *The International Journal of Management Education*, 12(3), 307–316. <https://doi.org/10.1016/J.IJME.2014.07.005>
- Kritikos, A. S. (2015). Entrepreneurship and Economic Growth. 675–680. <https://doi.org/10.1016/B978-0-08-097086-8.94004-2>
- Lourenço, F., Sappleton, N., & Cheng, R. (2015). Gender and Business Ethics of Enterprise Students and Nascent Entrepreneurs Engaged in Entrepreneurship Education. *Journal of Entrepreneurship*, 24(2), 186–203. <https://doi.org/10.1177/0971355715586891>
- Maresch, D., Harms, R., Kailer, N., & Wimmer-Wurm, B. (2016). The impact of entrepreneurship education on the entrepreneurial intention of students in science and engineering versus business studies university programs. *Technological Forecasting and Social Change*, 104, 172–179. <https://doi.org/10.1016/J.TECHFORE.2015.11.006>
- Naing, N. N. (2003). Determination of sample size. *The Malaysian Journal of Medical Sciences*, 10(2), 84–86.
- Rehan, F., Block, J. H., Block, J. H., Fisch, C., Fisch, C., & Fisch, C. (2019). Entrepreneurship in Islamic Communities: How Do Islamic Values and Islamic Practices Influence Entrepreneurship Intentions? *Social Science Research Network*. <https://doi.org/10.2139/SSRN.3405196>
- Rehan, F., Block, J. H., & Fisch, C. (2019). Entrepreneurship in Islamic communities: How do Islamic values and Islamic practices influence entrepreneurship intentions? *Journal of Enterprising Communities: People and Places in The Global Economy*, 13(5), 557–583. <https://doi.org/10.1108/JEC-05-2019-0041>
- Ren, Z., Ping, L., & Li, Y. (2018). The Relationship between Entrepreneurial Self-Efficacy and Entrepreneurial Intention. <https://doi.org/10.1109/ICMSE.2018.8744855>
- Renko, M., & Freeman, M. J. (2017). How motivation matters: Conceptual alignment of individual and opportunity as a predictor of starting up. *Journal of Business Venturing Insights*, 8, 56–63. <https://doi.org/10.1016/J.JBVI.2017.06.003>
- Saeed, S., Yousafzai, S., Yani-de-Soriano, M., & Muffatto, M. (2015). The role of perceived university support in the formation of students' entrepreneurial intention. *Journal of Small Business Management*, 53(4), 1127–1145. <https://doi.org/10.1111/JSBM.12090>
- Salem, M. I. (2014). Higher Education As A Pathway To Entrepreneurship. 13(2), 289–294. <https://doi.org/10.19030/IBER.V13I2.8443>
- Setiawan, J. L. (2014). Examining Entrepreneurial Self-Efficacy among Students. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 115, 235–242. <https://doi.org/10.1016/J.SBSPRO.2014.02.431>
- Shoukat, H. M. (2019). Sampling Technique. <https://doi.org/10.13140/rg.2.2.20146.96963>
- Sihombing, L., Soelton, M., Saratian, E. T. P., Arief, H., & Setiawan, M. (2019). Entrepreneurship education for msme and youth organization (karang taruna). 2(1), 76–79. <https://doi.org/10.33068/ICCD.VOL2.ISS1.239>
- Sosial, F.-F., Meningkatkan, yang, Pelajar, S., Keusahawanan, T. N., Penerokaan, S. K., Ismail, A., Ernida, H., Azahari, H., Sarkam, S. F., & Kunci, K. (2018). Social Factors Enhancing Students' Positive Attitudes toward Entrepreneurial Intention: An Exploratory Study. <https://doi.org/10.17576/personalia.2101.2018.02>
- Stamboulis, Y., & Barlas, A. (2014). Entrepreneurship education impact on student attitudes. *The International Journal of Management Education*, 12(3), 365–373. <https://doi.org/10.1016/J.IJME.2014.07.001>
- Terpstra, J. T., Chang, C. H., & Magel, R. C. (2011). On the use of Spearman's correlation coefficient for testing ordered alternatives. *Journal of Statistical Computation and Simulation*, 81(11), 1381–1392. <https://doi.org/10.1080/00949655.2010.485316>
- Wurthmann, K. (2014). Business students' attitudes toward innovation and intentions to start their own businesses. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 10(4), 691–711. <https://doi.org/10.1007/S11365-013-0249-4>
- Yun, C. (2010). Does entrepreneurship education matter students' entrepreneurial intention? a Chinese perspective. 2776–2779. <https://doi.org/10.1109/ICISE.2010.5689864>
- Zainal, A., Harahap, K., Budiarta, K., & Hasibuan, N. I. (2017). Social entrepreneurship education: preparing the next generation of ethical entrepreneurs. 1(1), 15–20. <https://doi.org/10.24114/JCRS.V1I1.7031>