

Pengaruh *Perceived Desirability*, *Perceived Feasibility*, dan *Propensity to Act* Terhadap Intensi Berwirausaha

Ainiyah Yan Afifah^{1*}, Kurjono², Badria Muntashofi³

^{1,2,3}Universitas Pendidikan Indonesia

*Corresponding author, e-mail: ainiyahyan.afifah@gmail.com

DOI: <https://doi.org/10.24036/011103250>

Diterima: 05-11-2020

Revisi : 19-11-2020

Available Online: 30-11-2020

KEYWORD

Intentions of Entrepreneurial, Perceived Desirability, Perceived Feasibility, Propensity to Act.

A B S T R A C T

The points of this consider deciding the impact of perceived desirability, perceived feasibility, and propensity to act on intentions of entrepreneurial. This ponders utilizes clear examination investigate sort with a quantitative approach, that have four factors such we perceived desirability, perceived feasibility and propensity to act on intentions of entrepreneurial as free factors, the intention of entrepreneurial as subordinate factors. The tests of this consider comprise 395 understudies of Universitas Pendidikan Indonesia, This investigation utilizes a sampling-random strategy, utilizing questionnaires as an information collection technic. The instrument legitimacy was evaluated by product-moment relationship and the unwavering quality by Cronbach's Alpha. Information examination utilizing numerous straight relapse with IBM SPSS 25. The comes about of this consider demonstrating that Perceived Desirability, Perceived Feasibility, and Propensity to act have a positive and critical impact on the Intention of Entrepreneurial. Theory of Entrepreneurial Event gives a positive commitment to entrepreneurial inquire about, so it is fundamental to create a inquire about demonstrate by considering other components that moreover play a part in empowering entrepreneurial.



This is an open access article distributed under the [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/). Some rights reserved

PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara terpadat ketiga dengan jumlah penduduk 237.641.326 jiwa (BPS, 2018a). Banyaknya jumlah penduduk ini tentu harus diimbangi dengan tersedianya lapangan pekerjaan. Pada tahun 2018 jumlah pengangguran di Indonesia sebanyak 6.870.000 jiwa, sedangkan setiap tahunnya perindustrian Indonesia hanya menyerap 1,83% tenaga kerja (BPS, 2018b). Sebanyak 729.601 orang menjadi pengangguran terdidik. Dikhawatirkan angka ini akan terus bertambah setiap tahun karena jumlah lulusan perguruan tinggi pun terus bertambah sedangkan tidak semua lulusan perguruan tinggi dapat bekerja. (Maryati, 2015).

(Maryati, 2015). Masalah pengangguran ini terjadi dilandasi oleh beberapa faktor yaitu: faktor terbatasnya lapangan kerja formal yang tersedia, angkatan kerja yang terlalu banyak, dan rendahnya kualitas serta

produktivitas sumber daya yang dibutuhkan sehingga tidak dapat memenuhi kebutuhan pasar kerja (Proboiswi, 2016).

Dilihat dari kondisi tersebut, profesi wirausaha menjadi salah satu solusi dalam mengurangi jumlah pengangguran. Berwirausaha membuat mahasiswa berpikir cara untuk menciptakan lapangan pekerjaan sendiri. Jika suatu negara memiliki pengusaha minimal 2% dari total penduduk akan dianggap sebagai negara maju (Mukharomah, 2017). Melihat pentingnya peran kewirausahaan dalam mendukung kemajuan perekonomian suatu bangsa, pemerintah mendukung pengembangan wirausaha dengan melakukan pembibitan wirausaha baru melalui jalur pendidikan (Nafsiyah, 2017). Namun berdasarkan data prapenelitian bulan Desember 2019 di Universitas Pendidikan Indonesia, sebanyak 46,15% atau 30 mahasiswa masih memiliki intensi berwirausaha yang rendah.

Hisrich *et. al.*, (2009) mengemukakan “seseorang akan lebih siap dalam berwirausaha apabila ia memiliki niat berwirausaha”. Maka untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi niat berwirausaha mahasiswa, peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai faktor intensi berwirausaha pada mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia.

Tujuan yang ingin dicapai yaitu menganalisis *Perceived Desirability*, *Perceived Feasibility*, *Propensity to Act* dan tingkat intensi berwirausaha mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia serta untuk memverifikasi pengaruh *Perceived Desirability*, *Perceived Feasibility*, dan *Propensity to Act* terhadap intensi berwirausaha.

Theory of Entrepreneurial Event (Shapero, A. & Sokol, 1982) adalah teori yang digunakan dalam penelitian ini. Teori ini berfokus pada persepsi keinginan, persepsi kelayakan, dan kecenderungan bertindak.

Seperti yang dikatakan oleh Shapero dan Sokol (1982) dalam *Theory Entrepreneurial Event*, persepsi keinginan merupakan keyakinan individu untuk memulai suatu bisnis. Keyakinan ini dibentuk karena adanya faktor yang mendorong individu untuk bersikap positif. Faktor tersebut berupa pengalaman kewirausahaan dan dukungan dari lingkungan sekitar (keluarga, teman, kerabat dan sejawat) (Singh & Prasad, 2017). Persepsi kelayakan berarti sejauh mana seseorang menganggap diri mereka mampu melakukan perilaku tertentu berkaitan dengan menjalankan suatu kegiatan bisnis atau menjadi wirausaha (Liñán, 2011). Sedangkan kecenderungan bertindak adalah kecenderungan seseorang untuk bertindak dalam hal ini adalah melakukan kegiatan wirausaha (Darmanto, 2013). Ketika seseorang sudah merasa yakin dan mampu untuk menjalankan usaha, maka diperlukan kecenderungan untuk bertindak agar kegiatan berwirausaha dapat dilaksanakan.

Intensi berwirausaha menuntut seorang wirausahawan untuk melihat serta menilai kesempatan-kesempatan bisnis, mengelola sumberdaya yang dibutuhkan untuk memperoleh keuntungan dan mampu menentukan tindakan secara tepat. Kemampuan tersebut erat hakikatnya dengan persepsi kelayakan, yaitu sejauh mana seseorang menyadari bahwa dirinya memiliki kapasitas untuk menjadi seorang wirausahawan. Individu yang memiliki persepsi kelayakan adalah individu yang memiliki kepercayaan dan keyakinan bahwa mereka mampu untuk berwirausaha serta meyakini bahwa kesuksesan dan kegagalan terjadi akibat dari perilakunya sendiri.

Adapun untuk melihat kesempatan bisnis, penting bagi seseorang untuk memiliki persepsi keinginan. Individu yang memiliki intensi berwirausaha yang tinggi, memerlukan keyakinan yang dapat mendorong dirinya untuk sukses. Dorongan ini dapat berupa semangat dan keberanian untuk menantang dirinya sendiri sehingga individu tidak akan lari jika terjadi masalah dalam usahanya. Hal ini diperkuat oleh pendapat Dissanayake (2014) yang mengungkapkan bahwa persepsi keinginan memiliki kecenderungan yang tinggi di antara mahasiswa untuk memulai usaha mereka sendiri. Berdasarkan pemaparan tersebut, dapat diasumsikan bahwa individu yang memiliki keinginan akan memiliki intensi berwirausaha yang tinggi pula. Karena dengan adanya keinginan akan membuat individu mempunyai arti penting dan pemaknaan yang dalam terhadap dirinya sehingga individu tersebut mampu melakukan perubahan-perubahan sesuai keinginannya.

Selain itu dibutuhkan kecenderungan untuk bertindak agar seseorang mulai berwirausaha. Seseorang yang memiliki kecenderungan bertindak percaya bahwa mereka dapat menentukan kehidupan mereka sendiri. Tindakan akan menentukan apakah seseorang memiliki kemampuan dalam diri mereka untuk melaksanakan rencana tindakan secara mandiri. Individu yang memiliki kecenderungan bertindak juga adalah individu yang memiliki ketertarikan untuk melakukan perilaku tertentu. Daya tarik tumbuh dari pandangan personal terhadap pengalamannya, dan tingkat dukungan dari lingkungan untuk mencerminkan dukungan dari orang di sekitarnya terhadap perilaku berwirausaha. Oleh karena itu, jika seorang individu tidak memiliki tingkat kecenderungan

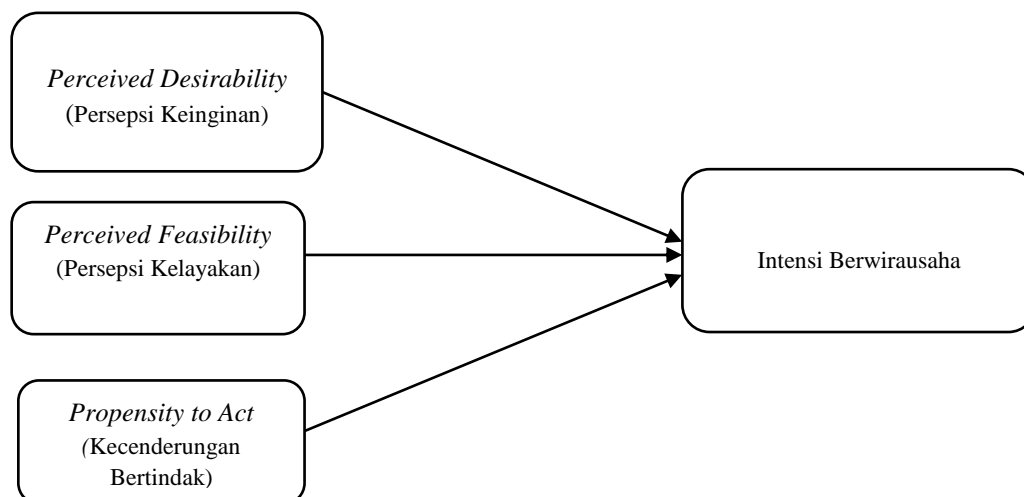
tindakan yang tepat, maka ia tidak dapat menjadi seorang wirausahawan, karena ia tidak akan bisa memulai penciptaan usaha baru.

Disimpulkan faktor utama yang menjadi landasan dalam membangun intensi berwirausaha adalah persepsi keinginan, persepsi kelayakan, dan kecenderungan bertindak. Sebelum seorang individu memutuskan untuk memulai usaha baru, dia harus terlebih dahulu memiliki ketertarikan terhadap dunia wirausaha. Setelah ia memiliki ketertarikan, maka orang tersebut harus merasa dirinya layak untuk memulai usaha baru. Perasaan layak atau tidaknya seseorang untuk memulai usaha baru dipengaruhi faktor pengalaman, keadaan, dan dukungan sosial dari lingkungan sekitar. Terakhir ketika seorang individu sudah dianggap layak untuk berwirausaha, maka individu tersebut akan memiliki kecenderungan untuk bertindak. Ketiga hal tersebut akan memicu timbulnya intensi berwirausaha yang akan menentukan perilaku seseorang untuk memulai usaha baru atau sebaliknya.

Penelitian yang menggunakan teori dari Shapero dan Sokol (1982) *Theory of Entrepreneurial Event* masih jarang dilakukan dan memiliki hasil yang berbeda. Pertama adalah Darmanto (2013) yang menunjukkan kesimpulan seluruh faktor dari *Entrepreneurial Event* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Intensi Berwirausaha. Selain itu Mukharomah (2017) menyatakan persepsi keinginan memiliki pengaruh positif dan signifikan pada niat wirausaha. Namun Wang (2011) menyatakan persepsi keinginan (*perceived desirability*) tidak memiliki pengaruh pada niat wirausaha pada perbandingan mahasiswa China dan mahasiswa Amerika. Persepsi kelayakan memiliki pengaruh signifikan pada niat wirausaha (Darmanto, 2013; Dissanayake, 2014; Mukharomah, 2017) . sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Guerrero dan Urbano (2008), memiliki hasil persepsi kelayakan tidak memiliki pengaruh signifikan pada niat wirausaha.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya, faktor persepsi keinginan, persepsi kelayakan, dan kecenderungan untuk bertindak merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi intensi berwirausaha. Namun terdapat pula beberapa penelitian yang persepsi keinginan, persepsi kelayakan, dan kecenderungan untuk bertindak tidak terdapat pengaruh secara signifikan terhadap intensi berwirausaha. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, diperlukan penelitian lanjutan mengenai ketiga faktor tersebut. Hasil penelitian ini menggambarkan intensi berwirausaha khususnya di lingkungan Universitas Pendidikan Indonesia yang dapat digunakan oleh pihak-pihak terkait seperti mahasiswa atau alumni, serta dapat dijadikan sebagai pembandingan terhadap teori-teori yang telah berkembang.

Perceived Feasibility Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini disesuaikan dengan tujuan penelitian yang dilakukan yaitu untuk menganalisis pengaruh persepsi keinginan, persepsi kelayakan, dan kecenderungan bertindak terhadap intensi berwirausaha mahasiswa. Dari pernyataan tersebut, dapat digambarkan pada kerangka pemikiran berikut:



Gambar 2 Model Hubungan Antar Variabel Penelitian

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif, metode deskriptif dan verifikatif. Intensi berwirausaha merupakan variabel terikat dalam penelitian ini. Sedangkan faktor persepsi, persepsi kelayakan, dan kecenderungan untuk bertindak merupakan variabel bebas. Variabel diukur dengan memberikan 5 poin skala dari sangat tidak setuju, hingga sangat setuju. Persepsi Keinginan memiliki 5 item pengukuran yang diadopsi dari Krueger, et al (2000) dan Dissanayake (2014). Persepsi Kelayakan memiliki 4 item pengukuran yang diadopsi dari Krueger, et al(2000), Linan (2011), dan Dissanayake (2014). Kecenderungan untuk bertindak memiliki 3 item pengukuran yang diadopsi dari Darmanto (2013). Terakhir adalah Intensi berwirausaha memiliki 3 item pengukuran yang diadopsi dari Ramayah dan Harun (2005).

Populasi dan sampel penelitian ini adalah Mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia yang sejumlah 28.276 orang. Sampel berjumlah 395 mahasiswa yang didapatkan menggunakan random sampling dan menggunakan rumus slovin. Skala numerikal (*numerical scale*) dipilih sebagai alat ukur variabel. Adapun pilihan angket terdiri dari angka 1 atau positif sangat rendah sampai dengan 5 atau positif sangat tinggi.

Pengumpulan Data dilakukan dengan survei dan menyebar angket. Metode analisis data yang digunakan adalah uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik (Normalitas, multikolonieritas, heteroskedastisitas), analisis regresi berganda, Uji F dan koefisien determinasi, serta Uji hipotesis (Uji t).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pertanyaan dalam penelitian ini valid dan reliabel. Setiap komponen asumsi klasik telah di lalui. Persepsi Keinginan memiliki 5 item pengukuran yang diadopsi dari Krueger, et al (2000) dan Dissanayake (2014). Persepsi Kelayakan memiliki 4 item pengukuran yang diadopsi dari Krueger, et al (2000), Linan (2011), dan Dissanayake (2014). Kecenderungan untuk bertindak memiliki 3 item pengukuran yang diadopsi dari Darmanto (2013). Terakhir adalah Intensi berwirausaha memiliki 3 item pengukuran yang diadopsi dari Ramayah dan Harun (2005).

Tabel 1. Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	5569.916	3	1856.639	249.257	.000 ^b
1 Residual	2912.438	391	7.449		
Total	8482.354	394			

Sumber : (Data Diolah Peneliti, 2020)

Berdasarkan tabel 1 terlihat bahwa nilai F hitung sebesar 249,257 > dari F tabel sebesar 4,14 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 < dari 0,05, ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh *perceived desirability*, *perceived feasibility*, dan *propensity to act* terhadap intensi berwirausaha. Penelitian ini mendukung teori *Entrepreneurial Event* yang diusulkan Shapero dan Sokol (1982) yang menyatakan bahwa *perceived desirability*, *perceived feasibility*, dan *propensity to act* memiliki pengaruh positif terhadap intensi wirausaha. Hal ini pun sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang menyatakan adanya pengaruh positif *perceived desirability*, *perceived feasibility*, dan *propensity to act* terhadap intensi wirausaha (Hendrajaya, 2018); (Darmanto, 2013); (Mukharomah, 2017);(Sugiharti, 2014);(Dissanayake, 2014);(Fitzsimmons & Douglas, 2011);(Nimalathasan, 2012). Namun penelitian ini tidak mendukung pendapat Hattab (2014) yang menyatakan persepsi kelayakan tidak memiliki pengaruh pada intensi wirausaha serta tidak mendukung pendapat Wang, et al (2011) yang menyatakan bahwa persepsi keinginan dan kecenderungan untuk bertindak tidak berpengaruh terhadap intensi berwirausaha.

Variabel independen pertama yaitu *Perceived Desirability* (persepsi keinginan) menunjukkan hasil analisis bahwa mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia memiliki persepsi keinginan yang tinggi. Dengan menggunakan parameter t-tabel sebesar 1,965988, didapatkan t-hitung sebesar 11,268 dan memiliki nilai

signifikansi 0,05. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima atau persepsi keinginan (X_1) memiliki pengaruh positif pada intensi wirausaha. Hal ini dapat dilihat pada hasil pengujian Uji t tabel 2.

Tabel 2. Hasil Uji t

Variabel Penelitian	t_{hitung}	T_{tabel}	Sig.
<i>Perceived Desirability</i> (X_1)	11,268	1,965986	0,000
<i>Perceived Feasibility</i> (X_2)	3,486	1,965986	0,001
<i>Propensity to Act</i> (X_3)	4,367	1,965986	0,000

Sumber : (Data Diolah Peneliti, 2020)

Artinya Individu yang memiliki intensi berwirausaha yang tinggi, memerlukan keyakinan yang dapat mendorong dirinya untuk sukses. Dorongan ini dapat berupa semangat dan keberanian untuk menantang dirinya sendiri sehingga individu tidak akan lari jika terjadi masalah dalam usahanya. Karena persepsi keinginan akan membuat individu mempunyai arti penting dan pemaknaan yang dalam terhadap dirinya sehingga individu tersebut mampu melakukan perubahan-perubahan sesuai keinginannya. Hasil tersebut menunjukkan adanya hubungan positif dimana apabila persepsi keinginan meningkat, maka intensi berwirausaha pun akan meningkat.

Penelitian ini mendukung teori *Entrepreneurial Event* yang dikemukakan oleh Shapero dan Sokol (1982) yang menyatakan persepsi keinginan memiliki pengaruh positif pada intensi wirausaha. Penelitian yang dilakukan Hendrajaya (2018) juga menemukan persepsi keinginan memiliki pengaruh positif pada intensi wirausaha. Beberapa penelitian sebelumnya juga memiliki hasil bahwa persepsi keinginan memiliki pengaruh positif pada intensi wirausaha (Darmanto, 2013); (Mukharomah, 2017); (Sugiharti, 2014); (Dissanayake, 2014). Tetapi tidak mendukung penelitian Wang, et al (2011) yang menyatakan persepsi keinginan tidak memiliki pengaruh pada intensi berwirausaha.

Variabel independen kedua adalah pengaruh persepsi kelayakan terhadap intensi berwirausaha. Hasil analisis menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia memiliki persepsi kelayakan yang tinggi. Dengan menggunakan parameter t-tabel sebesar 1,965988, didapatkan t-hitung sebesar 3,486 dan memiliki nilai signifikansi 0,05. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima atau persepsi kelayakan (X_2) memiliki pengaruh positif pada intensi wirausaha. Artinya Individu yang memiliki persepsi kelayakan tinggi memiliki kepercayaan dan keyakinan bahwa mereka mampu untuk berwirausaha, serta meyakini bahwa kesuksesan dan kegagalan terjadi akibat dari perilakunya sendiri. Hasil tersebut menunjukkan adanya hubungan positif dimana apabila persepsi kelayakan meningkat, maka intensi berwirausaha pun akan meningkat.

Hasil penelitian ini mendukung teori *Entrepreneurial Event* yang diusulkan Shapero dan Sokol (1982) yang menyatakan bahwa persepsi kelayakan berpengaruh positif terhadap intensi berwirausaha. Hasil penelitian tersebut juga selaras dengan penelitian terdahulu yang menyimpulkan bahwa persepsi kelayakan berpengaruh positif terhadap Intensitas Berwirausaha (Hendrajaya, 2018); (Darmanto, 2013); (Mukharomah, 2017); (Sugiharti, 2014); (Dissanayake, 2014). Tetapi hasil penelitian ini tidak mendukung pendapat Hattab (2014) dan Wang, et al (2011) yang menyatakan bahwa persepsi kelayakan tidak berpengaruh terhadap intensi berwirausaha.

Variabel independen ketiga dalam penelitian ini adalah pengaruh kecenderungan bertindak (*propensity to act*) pada intensi berwirausaha. Analisis pada penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia memiliki *propensity to act* yang tinggi. Dengan menggunakan parameter t-tabel sebesar 1,965988, didapatkan t-hitung sebesar 4,367 dan memiliki nilai signifikansi 0,05. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima atau *propensity to act* (X_3) memiliki pengaruh positif pada intensi berwirausaha. Artinya seseorang yang memiliki *propensity to act* tinggi percaya bahwa mereka dapat menentukan kehidupan mereka sendiri, menentukan apakah memiliki kemampuan dalam diri mereka untuk melaksanakan rencana tindakan secara mandiri, serta memiliki ketertarikan untuk melakukan perilaku berwirausaha. Hasil tersebut menunjukkan adanya hubungan positif dimana apabila *propensity to act* meningkat maka intensi berwirausaha pun akan meningkat.

Hasil penelitian mendukung teori *Entrepreneurial Event* yang dikemukakan oleh Shapero dan Sokol (1982) yang menyatakan kecenderungan bertindak (*propensity to act*) memiliki pengaruh positif pada intensi wirausaha. Penelitian sebelumnya juga memiliki hasil yang sama dimana kecenderungan bertindak memiliki pengaruh

positif pada intensi wirausaha. (Darmanto, 2013); (Mukharomah, 2017);(Sugiharti, 2014);(Dissanayake, 2014);(Fitzsimmons & Douglas, 2011);(Nimalathasan, 2012). Sedangkan dalam penelitian Wang, et al (2011) kecenderungan bertindak (X3) tidak memiliki pengaruh pada intensi wirausaha.

Krueger et al., (2000) mengemukakan seseorang yang memiliki kecenderungan untuk bertindak akan memiliki sifat pantang menyerah dalam menjalankan usahanya, optimis dan selalu bekerja keras. Selain itu pembentukan jiwa wirausaha seseorang tidak hanya dipengaruhi dari faktor internal saja, namun dipengaruhi juga dari faktor eksternalnya.

Tabel 4. Koefisien Determinasi (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.810 ^a	.657	.654	2.729

Sumber : (Data Diolah Peneliti, 2020)

Berdasarkan hasil analisis data, menunjukkan nilai koefisien determinasi 0,654. Artinya 65,4% perubahan intensi berwirausaha (Y) dipengaruhi oleh *Perceived Desirability* (X1), *Perceived Feasibility* (X2) dan *propensity to act* (X3) sedangkan 34,6% dipengaruhi variabel lainnya.

SIMPULAN

Berdasarkan analisis dari penelitian yang telah dilakukan, maka kesimpulannya adalah sebagian besar intensi berwirausaha mahasiswa Pendidikan Indonesia pada umumnya berada pada kriteria tinggi. Hal ini dikarenakan faktor-faktor yang mempengaruhinya berada pada kriteria tinggi juga. Terdapat pengaruh positif *perceived desirability* pada niat wirausaha mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia. Terdapat pengaruh positif *perceived feasibility* pada niat wirausaha mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia. Terdapat pengaruh positif *propensity to act* pada niat wirausaha mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia. Terdapat pengaruh positif *perceived desirability*, *perceived feasibility*, dan *propensity to act* terhadap Intensi Berwirausaha.

Saran yang diberikan berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya yaitu perlunya ditambahkan variabel penelitian, seperti pembelajaran, ekonomi, dan sebagainya. Kerjasama baik dengan pemerintah maupun Universitas agar menciptakan calon-calon wirausaha yang lebih baik lagi. Mahasiswa dapat memulai dengan memberikan pandangan yang serius dalam pengembangan usaha dan menambah pengetahuan tentang aspek-aspek lingkungan bisnis serta mengembangkan ide untuk berwirausaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Arita, S., Evanita, S., & Syofyan, R. (2019). Peran Guru Dalam Membangun Karakter Wirausaha pada Mata Pelajaran Ekonomi Di Kota Padang. *Jurnal Inovasi Pendidikan Ekonomi (JIPE)*, 9(2), 145-151.
- BPS. (2018a). Keadaan Angkatan Kerja Di Indonesia.
- BPS. (2018b). Laju Pertumbuhan Penduduk, 3-4.
- Darmanto, S. (2013). Vol. 1 No. 2 Oktober 2013, 1(2).
- Dissanayake, D. M. N. S. W. (2014). The Impact of Perceived Desirability and Perceived Feasibility on Entrepreneurial Intention among Undergraduate Students in Sri Lanka : An Extended Model, 39-57.
- Fitzsimmons, J. R., & Douglas, E. J. (2011). Journal of Business Venturing Interaction between feasibility and desirability in the formation of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 26(4), 431-440. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2010.01.001>
- Giagtzi, Zoi. (2013). How Perceived Feasibility and Desirability of Entrepreneurship influence entrepreneurial intentions: A Comparison Between Southern and Northern European Countries. *Master Thesis*. Rotterdam: Programme Entrepreneurship and Strategy Economics Erasmus Universiteit Rotterdam.
- Guerrero, M., Rialp, J., & Urbano, D. (2008). The impact of desirability and feasibility on entrepreneurial intentions : A structural equation model, 35-50. <https://doi.org/10.1007/s11365-006-0032-x>
- Hendrajaya. (2018). PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN MELALUI INTERNET. *Prosiding Seminar*

Nasional, (0291).

- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2008). *Entrepreneurship (Kewirausahaan)*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Hattab, W. H., (2014) Impact Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Intentions of University Students in Egypt. *The Journal of Entrepreneurship*. Vol 23(1).
- Krueger, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). COMPETING MODELS OF ENTREPRENEURIAL INTENTIONS, *9026(98)*, 411–432.
- Liñán, F. (2011). Intention-based models of entrepreneurship education, 1–30.
- Maryati. (2015). DINAMIKA PENGANGGURAN TERDIDIK: TANTANGAN MENUJU BONUS DEMOGRAFI DI INDONESIA Oleh Sri Maryati.
- Mukharomah. (2017). Pengaruh Perceived desirability dan Perceived feasibility Terhadap Entrepreneurial intention, 281–294.
- Nafsiyah, I. F. (2017). INTENSI BERWIRAUSAHA MAHASISWA PENDIDIKAN EKONOMI FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA TAHUN AJARAN 2016/2017 Ida Fitrotul Nafsiyah, 540–551.
- Nimalathasan, S. A. B. (2012). Entrepreneurial motivation and self employment intention : a case study on management undergraduates of university of Jaffna, 77–90.
- Probosiwi. (2016). Pengangguran dan Pengaruhnya terhadap Tingkat Kemiskinan, (1), 89–100.
- Ramayah, T., & Harun, Z. (2005). Entrepreneurial Intention Among the Studen of Universiti Sains Malaysia (USM). *International Journal of Management and Entrepreneurship*, Vol. 1 pp. 8-20.
- Shapero, A. (1975). The displaced, Uncomfortable Entrepreneur. *Psychology Today*, 9, 83–88
- Shapero, A. & Sokol, L. (1982). The Social Dimention of Entrepreneurship, 1–8.
- Singh, M. I., & Prasad, T. (2017). A Study on the Influence of Family Occupation on the Entrepreneurial Intentions of Management Students A Study on the Influence of Family Occupation on the Entrepreneurial Intentions of Management Students, (April 2016). <https://doi.org/10.9790/487X-1804034143>
- Sugiharti. (2014). p-ISSN 2086-3748, 5(November), 104–109.
- Thompson, E. R. (2009). Individual entrepreneurial intent: Construct clarification and development of an internationally reliable metric. *Entrepreneurship theory and practice*, 33(3), 669-694.
- Wang, W., Lu, W., & Millington, J. K. (2011). Determinants of Entrepreneurial Intention among College Students in China and USA, *1(1)*, 35–44.