

## BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### A. Deskripsi Data

Peneliti memaparkan penelitian yang dilakukan dan diolah menggunakan Smartpls 3 pada bagian ini, untuk mengetahui pengaruh pendidikan kewirausahaan dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha, dengan dimediasi *entrepreneurial feasibility* dan *self-efficacy* pada mahasiswa aktif angkatan 2018-2023 Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta. Penelitian ini melibatkan 66 mahasiswa yang telah mengisi kuesioner melalui *Google Form* menggunakan teknik *Purposive Sampling* dengan kriteria tertentu. Menurut Bailey (1994) penelitian dengan metode analisis data statistik terdapat ketentuan jumlah sampel minimum sebesar 30 sampel, maka data siap untuk diolah atau dianalisis. Metode analisis yang digunakan adalah analisis SEM-PLS. Pembahasan selanjutnya menguraikan deskripsi data responden.

### B. Deskripsi Karakteristik Responden

Berikut disajikan tabel karakteristik responden.

#### 1. Karakteristik Responden Berdasarkan yang Sedang atau Telah Mengambil Mata Kuliah Kewirausahaan

Karakteristik responden dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan yang Sedang atau Telah Mengambil Mata Kuliah Kewirausahaan**

No.	Jurusan	Frekuensi	Persentase
1.	Akuntansi	49	74%
2.	Manajemen	12	18%
3.	Psikologi	2	3%
<b>Jumlah</b>		<b>63</b>	<b>95%</b>

Sumber: Data diolah (2024)

## 2. Karakteristik Responden Berdasarkan yang Pernah Mengikuti Seminar atau Workshop Kewirausahaan

Karakteristik responden dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan yang Pernah Mengikuti Seminar atau Workshop Kewirausahaan**

No.	Jurusan	Frekuensi	Persentase
1.	Hukum	3	5%
<b>Jumlah</b>		<b>3</b>	<b>5%</b>

Sumber: Data diolah (2024)

### C. Hasil Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menjelaskan atau menggambarkan indikator pada setiap item kuesioner yang berhubungan dengan variabel. Data yang dianalisis diperoleh dari respons responden terhadap kuesioner yang mencakup variabel  $X_1$ ,  $X_2$ ,  $I_1$ ,  $I_2$  dan  $Y$ . Tabel berikut merupakan hasil dari analisis deskriptif penelitian.

**Tabel 4.3 Analisis Statistik Deskriptif**

Indikator	Mean	Median	Min	Max	Standar Deviasi	Excess Kurtosis	Skewness
<b>X1P1</b>	3.348	3	2	4	0.564	-0.691	-0.15
<b>X1P2</b>	3.439	3	2	4	0.554	-0.907	-0.301
<b>X1P3</b>	3.5	4	2	4	0.557	-0.748	-0.537
<b>X1P4</b>	3.606	4	2	4	0.547	0.013	-1.005
<b>X2P1</b>	3.121	3	2	4	0.749	-1.198	-0.206
<b>X2P2</b>	3.045	3	2	4	0.747	-1.207	-0.076
<b>X2P3</b>	3.061	3	2	4	0.694	-0.901	-0.083
<b>X2P4</b>	3.455	3	2	4	0.555	-0.883	-0.359
<b>X2P5</b>	3.197	3	2	4	0.633	-0.573	-0.191
<b>X2P6</b>	3.152	3	1	4	0.744	0.516	-0.71
<b>X2P7</b>	3.136	3	2	4	0.694	-0.905	-0.193
<b>X2P8</b>	3.152	3	2	4	0.702	-0.947	-0.224
<b>I1P1</b>	3.091	3	2	4	0.621	-0.383	-0.064
<b>I1P2</b>	3.045	3	2	4	0.614	-0.288	-0.027
<b>I1P3</b>	3.167	3	2	4	0.642	-0.599	-0.17
<b>I1P4</b>	3.03	3	2	4	0.602	-0.172	-0.013

Indikator	Mean	Median	Min	Max	Standar Deviasi	Excess Kurtosis	Skewness
I1P5	3.167	3	2	4	0.51	0.408	0.247
I1P6	3.136	3	1	4	0.6	1.66	-0.494
I1P7	3.061	3	2	4	0.625	-0.393	-0.044
I2P1	3.545	4	2	4	0.555	-0.508	-0.727
I2P2	3.47	3	2	4	0.529	-1.298	-0.191
I2P3	3.409	3	2	4	0.602	-0.607	-0.491
I2P4	3.652	4	2	4	0.536	0.608	-1.242
I2P5	3.621	4	2	4	0.515	-0.546	-0.849
I2P6	3.545	4	1	4	0.632	2.716	-1.465
I2P7	3.682	4	2	4	0.497	0.224	-1.173
YP1	3.485	4	2	4	0.584	-0.522	-0.642
YP2	3.439	3	2	4	0.554	-0.907	-0.301
YP3	3.545	4	2	4	0.555	-0.508	-0.727
YP4	3.515	4	2	4	0.557	-0.68	-0.599

Sumber: Data diolah (2024)

Penggunaan analisa statistik deskriptif bertujuan untuk menggambarkan tentang bagaimana responden bereaksi terhadap setiap pernyataan. Hasil ini membantu menjelaskan variasi tanggapan dan mengidentifikasi pola persepsi untuk analisis lebih lanjut. Tabel 4.3 menyajikan hasil analisis deskriptif sebagai berikut:

1. Variabel pendidikan kewirausahaan ( $X_1$ ) menjelaskan nilai minimum/terkecil jawaban atas pertanyaan responden yaitu 2 dan maksimum/terbesar 4 yang berarti masih ada responden yang belum yakin mengenai efektivitas Pendidikan Kewirausahaan dalam meningkatkan minat berwirausaha. Nilai rata-rata  $>3$  menunjukkan bahwa secara umum responden memiliki persepsi positif terhadap efektivitas Pendidikan Kewirausahaan. Indikator dengan nilai rata-rata paling tinggi adalah X1P4 (3.606), yang berarti responden sangat setuju bahwa pendidikan kewirausahaan membantu dalam meningkatkan minat berwirausaha. Nilai standar deviasi yang relatif rendah (di bawah 1) menunjukkan bahwa data terkonsentrasi di sekitar nilai *mean*. Dapat diartikan bahwa mayoritas responden memiliki persepsi yang tidak jauh berbeda terhadap efektivitas pendidikan kewirausahaan. Nilai excess kurtosis dan skewness pada keempat indikator  $X_1$  sudah terdistribusi normal, dengan rentang -2 hingga

2. Yang menunjukkan bahwa data pada keempat indikator yang digunakan sudah terdistribusi normal.
2. Variabel lingkungan keluarga ( $X_2$ ) menjelaskan nilai minimum/terkecil jawaban atas pertanyaan responden yaitu 1 dan maksimum/terbesar 4 yang berarti masih ada responden yang belum yakin mengenai efektivitas lingkungan keluarga dalam meningkatkan minat berwirausaha. Nilai rata-rata  $>3$  menunjukkan bahwa secara umum responden memiliki persepsi positif terhadap efektivitas lingkungan keluarga. Indikator dengan nilai rata-rata paling tinggi adalah  $X_{2P4}$  (3.455), yang berarti responden sangat setuju bahwa lingkungan keluarga membantu dalam meningkatkan minat berwirausaha. Nilai standar deviasi yang relatif rendah (di bawah 1) menunjukkan bahwa data terkonsentrasi di sekitar nilai *mean*. Dapat diartikan bahwa mayoritas responden memiliki persepsi yang tidak jauh berbeda terhadap efektivitas lingkungan keluarga. Nilai excess kurtosis dan skewness pada kedelapan indikator  $X_2$  sudah terdistribusi normal, dengan rentang -2 hingga 2. Yang menunjukkan bahwa data pada kedelapan indikator yang digunakan sudah terdistribusi normal.
3. Variabel *entrepreneurial feasibility* ( $I_1$ ) menjelaskan nilai minimum/terkecil jawaban responden yaitu 1 dan maksimum/terbesar 4 sehingga menunjukkan masih ada beberapa responden yang belum mempersiapkan kelayakan kewirausahaan sebelum memulai usahanya dengan baik. Nilai mean  $> 3$  menunjukkan bahwa secara umum responden memiliki kelayakan kewirausahaan yang cukup baik. Indikator dengan nilai mean tertinggi adalah  $I_{1P5}$  (3.167), yang membuktikan bahwa responden mengetahui cara melakukan planning ke depan terhadap usaha mereka dan hal itu bermanfaat pada usaha yang akan mereka jalani. Nilai standar deviasi yang bervariasi (antara 0.51 hingga 0.642) menunjukkan bahwa responden masih perlu mempersiapkan kelayakan kewirausahaan dengan baik. Nilai excess kurtosis dan skewness pada ketujuh indikator  $I_1$  sudah terdistribusi normal, dengan rentang -2 hingga 2. Sehingga menunjukkan data pada ketujuh indikator tersebut sudah terdistribusi normal.

4. Variabel *self-efficacy* ( $I_2$ ) menjelaskan nilai minimum/terkecil jawaban responden yaitu 1 dan maksimum/terbesar 4 sehingga menunjukkan masih ada beberapa responden yang belum memiliki *self-efficacy* yang baik. Nilai mean  $> 3$  menunjukkan bahwa secara umum responden memiliki *self-efficacy* yang cukup baik. Indikator dengan nilai mean tertinggi adalah I2P7 (3.682), yang membuktikan bahwa responden mengetahui bahwa *self-efficacy* dapat meningkatkan minat berwirausaha, serta dapat bermanfaat bagi usaha yang akan mereka jalani. Nilai standar deviasi yang bervariasi (antara 0.497 hingga 0.632) menunjukkan bahwa *self-efficacy* yang dimiliki mampu untuk melakukan wirausaha. Nilai excess kurtosis dan skewness pada ketujuh indikator  $I_2$  sudah terdistribusi normal, dengan rentang -2 hingga 2. Sehingga menunjukkan data pada ketujuh indikator tersebut sudah terdistribusi normal.
5. Variabel minat berwirausaha (Y) menjelaskan nilai minimum/terkecil jawaban pertanyaan responden yaitu 2 dan maksimum/terbesar 4 yang berarti masih ada responden yang menjawab tidak setuju pada indikator YP1- YP4. Meskipun demikian, nilai rata-rata di atas 3 menunjukkan bahwa secara umum responden memiliki persepsi positif terhadap minat berwirausaha. Indikator dengan nilai *mean* tertinggi adalah YP3 (3.545), yang membuktikan bahwa responden banyak yang berminat untuk berwirausaha. Nilai standar deviasi yang bervariasi (antara 0.554 hingga 0.646) menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap minat berwirausaha cukup beragam. Nilai excess kurtosis dan skewness pada keempat indikator Y sudah terdistribusi normal, dengan rentang -2 hingga 2. Yang menunjukkan data pada keempat indikator tersebut sudah terdistribusi normal.

#### **D. Hasil Analisis Evaluasi Pengukuran Model (*Outer Model*)**

##### **1. Uji Validitas**

Untuk memastikan sebuah kuesioner sah atau valid, perlu dilakukan pengujian apakah pertanyaan-pertanyaan di dalam kuesioner tersebut benar-benar mampu mengukur apa yang seharusnya diukur. Sebuah kuesioner

dianggap valid jika pertanyaan-pertanyaannya dapat dengan tepat mengungkapkan informasi yang ingin diukur. Validitas kuesioner ini diuji melalui dua tahap: *convergent validity* dan *discriminant validity*. *Convergent validity* memastikan bahwa pertanyaan-pertanyaan yang seharusnya berkaitan menunjukkan hasil yang konsisten, sementara *discriminant validity* memastikan bahwa pertanyaan-pertanyaan yang seharusnya tidak berkaitan memang menunjukkan hasil yang berbeda. Dengan kedua pengujian ini, peneliti dapat memastikan bahwa kuesioner tersebut benar-benar valid dan dapat digunakan untuk mengukur variabel yang diteliti. Hasil uji outer loading dapat dilihat pada Tabel 4.4 berikut ini.

**Tabel 4.4 Outer Loading**

Variabel	Indikator	Loading Factor	Evaluasi
<b>Pendidikan Kewirausahaan</b>	X1P1	0.715	Valid
	X1P2	0.719	
	X1P3	0.783	
	X1P4	0.726	
<b>Lingkungan Keluarga</b>	X2P1	0.791	Valid
	X2P2	0.786	
	X2P3	0.731	
	X2P4	0.706	
	X2P5	0.791	
	X2P6	0.771	
	X2P7	0.752	
	X2P8	0.846	
<b>Entrepreneurial Feasibility</b>	I1P1	0.766	Valid
	I1P2	0.845	
	I1P3	0.844	
	I1P4	0.815	
	I1P5	0.771	
	I1P6	0.712	
	I1P7	0.85	
<b>Self-Efficacy</b>	I2P1	0.738	Valid
	I2P2	0.728	

	I2P3	0.752	
	I2P4	0.776	
	I2P5	0.783	
	I2P6	0.714	
	I2P7	0.808	
<b>Minat Berwirausaha</b>	YP1	0.765	Valid
	YP2	0.798	
	YP3	0.841	Valid
	YP4	0.844	

Sumber: Data diolah (2024)

Pada Tabel 4.4 menunjukkan 32 indikator atau alat ukur yang valid dibuktikan dengan nilai *loading factor* yang melebihi 0.70. Selain itu, nilai AVE (*Average Variance Extracted*) juga digunakan untuk menilai validitas konvergen dan dengan kriteria  $>0.50$ . Hasil nilai AVE dapat dilihat pada Tabel 4.5 di bawah ini.

**Tabel 4.5 Average Variance Extracted**

Variabel	AVE
PKWU	0.643
LK	0.631
EF	0.665
SE	0.591
MB	0.657

Sumber: Data diolah (2024)

Nilai AVE pada Tabel 4.5 menunjukkan pendidikan kewirausahaan sebesar 0.643 yang berarti bahwa variabel laten mampu menjelaskan 64.3% varians (keragaman) dari item-item pengukuran yang terkait. Begitu pula dengan lingkungan keluarga yang memiliki AVE sebesar 63.1%, *entrepreneurial feasibility* sebesar 66.5%, *self-efficacy* 59,1%, dan minat berwirausaha sebesar 65.7%. Nilai AVE tersebut menunjukkan bahwa indikator yang digunakan dalam penelitian sudah memenuhi kriteria validitas konvergen yang baik dan dapat dikatakan valid.

**Tabel 4.6 Fornell-Lacker**

	EF (I <sub>1</sub> )	LK(X <sub>2</sub> )	MB (Y)	PKWU (X <sub>1</sub> )	SE(I <sub>2</sub> )
I <sub>1</sub>	<b>0.814</b>				
X <sub>2</sub>	0.731	<b>0.794</b>			

<b>Y</b>	0.673	0.677	<b>0.810</b>		
<b>X<sub>1</sub></b>	0.577	0.585	0.543	<b>0.802</b>	
<b>I<sub>2</sub></b>	0.395	0.525	0.530	0.700	<b>0.768</b>

Sumber: Data diolah (2024)

Uji *Fornell-Larcker* digunakan untuk menentukan apakah nilai akar AVE setiap variabel melebihi hubungan variabel tersebut dengan faktor lainnya. Jika nilai akar kuadrat AVE lebih besar dibandingkan hubungan antara variabel tersebut dan faktor lainnya, maka validitas diskriminan dianggap terpenuhi. Tabel 4.6 menguraikan bahwa hubungan antara indikator dan faktor itu sendiri melampaui hubungan antara indikator dan faktor lainnya.

**Tabel 4.7 Cross Loading**

Variabel	Indikator	Y	I1	I2	X1	X2
PKWU	X1P1	0.47	0.461	0.523	<b>0.775</b>	0.504
	X1P2	0.464	0.487	0.537	<b>0.844</b>	0.508
	X1P3	0.295	0.447	0.565	<b>0.812</b>	0.406
	X1P4	0.496	0.451	0.615	<b>0.775</b>	0.452
LK	X2P1	0.573	0.62	0.485	0.486	<b>0.831</b>
	X2P2	0.619	0.627	0.493	0.388	<b>0.834</b>
	X2P3	0.574	0.578	0.37	0.376	<b>0.769</b>
	X2P4	0.455	0.486	0.497	0.595	<b>0.714</b>
	X2P5	0.447	0.513	0.336	0.418	<b>0.831</b>
	X2P6	0.493	0.494	0.313	0.435	<b>0.787</b>
	X2P7	0.53	0.622	0.431	0.542	<b>0.721</b>
	X2P8	0.568	0.656	0.376	0.48	<b>0.852</b>
EF	I1P1	0.499	<b>0.758</b>	0.328	0.436	0.523
	I1P2	0.557	<b>0.834</b>	0.335	0.506	0.703
	I1P3	0.584	<b>0.864</b>	0.282	0.38	0.653
	I1P4	0.557	<b>0.82</b>	0.289	0.464	0.574
	I1P5	0.528	<b>0.802</b>	0.333	0.514	0.543
	I1P6	0.491	<b>0.748</b>	0.307	0.441	0.459
	I1P7	0.604	<b>0.863</b>	0.374	0.54	0.669
SE	I2P1	0.412	0.317	<b>0.744</b>	0.495	0.435
	I2P2	0.388	0.254	<b>0.737</b>	0.564	0.432
	I2P3	0.388	0.294	<b>0.741</b>	0.542	0.369
	I2P4	0.401	0.322	<b>0.807</b>	0.512	0.415
	I2P5	0.368	0.251	<b>0.776</b>	0.529	0.273

Variabel	Indikator	Y	I1	I2	X1	X2
MB	I2P6	0.416	0.406	<b>0.728</b>	0.538	0.5
	I2P7	0.468	0.274	<b>0.84</b>	0.577	0.387
	YP1	<b>0.756</b>	0.453	0.376	0.24	0.589
	YP2	<b>0.798</b>	0.588	0.405	0.329	0.539
	YP3	<b>0.841</b>	0.55	0.453	0.553	0.53
	YP4	<b>0.844</b>	0.582	0.48	0.618	0.543

Sumber: Data diolah (2024)

*Cross loading* adalah metode yang digunakan untuk mengecek apakah sebuah indikator (atau pertanyaan dalam kuesioner) lebih terkait dengan variabel yang dimaksud daripada dengan variabel-variabel lainnya. *Cross loading* membantu memastikan bahwa setiap indikator memuat atau mengukur variabel yang tepat dan tidak secara signifikan mempengaruhi variabel lain. Ini penting agar hasil pengukuran kuesioner akurat dan dapat digunakan. Tabel 4.7 menunjukkan bahwa keberhasilan dalam memenuhi *cross loading* menunjukkan validitas diskriminan yang besar karena dapat membedakan satu variabel dari variabel lainnya.

HTMT (*Heterotrait-Monotrait Ratio*) berisi matriks korelasi antara proporsi hubungan monotrait dan heterotrait. Penilaian terhadap validitas diskriminan harus dilakukan secara rinci karena HTMT mencakup tingkat keterjangkauan dan ketepatan yang lebih baik dalam mengukur validitas diskriminan. Kriteria evaluasi HTMT adalah jika nilai HTMT masing-masing kombinasi faktor <0.90, maka validitas diskriminan dianggap terpenuhi.

**Tabel 4.8 HTMT**

	EF (I1)	LK(X2)	MB (Y)	PKWU (X1)	SE (I2)
<b>I1</b>					
<b>X2</b>	0.785				
<b>Y</b>	0.77	0.775			
<b>X1</b>	0.667	0.677	0.648		
<b>X2</b>	0.439	0.576	0.618	0.822	

Sumber: Data diolah (2024)

## 2. Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas digunakan dalam menilai konsistensi alat ukur dan keandalan item-item pernyataan dari masing-masing variabel pada kuesioner.

Proses ini mengukur seberapa konsisten item-item tersebut dalam menghasilkan data yang stabil. Penilaian reliabilitas menggunakan dua metode utama yaitu *cronbach's alpha* dan *composite reliability*, yang masing-masing memberikan penilaian terhadap konsistensi internal dan keandalan keseluruhan item dalam penelitian. Suatu variabel dikatakan reliabel jika mempunyai nilai *cronbach's alpha*  $>0,70$  dan *composite reliability*  $>0,70$ .

**Tabel 4.9 Cronbach's alpha dan Composite reliability**

	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Evaluasi
<b>MB</b>	0.825	0.884	Reliabel
<b>EF</b>	0.915	0.933	
<b>SE</b>	0.884	0.910	
<b>PKWU</b>	0.815	0.878	
<b>LK</b>	0.916	0.932	

Sumber: Data diolah (2024)

Tabel 4.9 memperlihatkan bahwa hasil uji reliabilitas kelima faktor tersebut mempunyai nilai *cronbach's alpha*  $> 0,70$  dan *composite reliability*  $> 0,70$ . Hal tersebut dapat menyatakan bahwa semua indikator mempunyai reliabilitas yang baik sesuai dengan kriteria. Dengan demikian indikator yang digunakan sudah dapat diandalkan dan tepat dalam mengukur setiap variabel.

### 3. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dievaluasi dari nilai VIF. Jika nilai VIF  $<5$  maka menunjukkan tidak adanya korelasi antar variabel independen dalam model pengukuran.

**Tabel 4.10 VIF**

Variabel	Indikator	VIF
<b>PKWU</b>	X1P1	1.601
	X1P2	2.002
	X1P3	1.843
	X1P4	1.513
<b>LK</b>	X2P1	3.116
	X2P2	3.836

Variabel	Indikator	VIF	
	X2P3	3.469	
	X2P4	1.805	
	X2P5	4.242	
	X2P6	3.097	
	X2P7	1.999	
	X2P8	3.916	
	<i>EF</i>	I1P1	1.996
		I1P2	3.239
I1P3		3.131	
I1P4		2.557	
I1P5		2.651	
I1P6		2.688	
I1P7		3.066	
<i>SE</i>	I2P1	2.400	
	I2P2	2.167	
	I2P3	2.028	
	I2P4	2.522	
	I2P5	2.348	
	I2P6	2.346	
	I2P7	3.409	
<i>MB</i>	YP1	2.412	
	YP2	2.549	
	YP3	4.570	
	YP4	4.745	

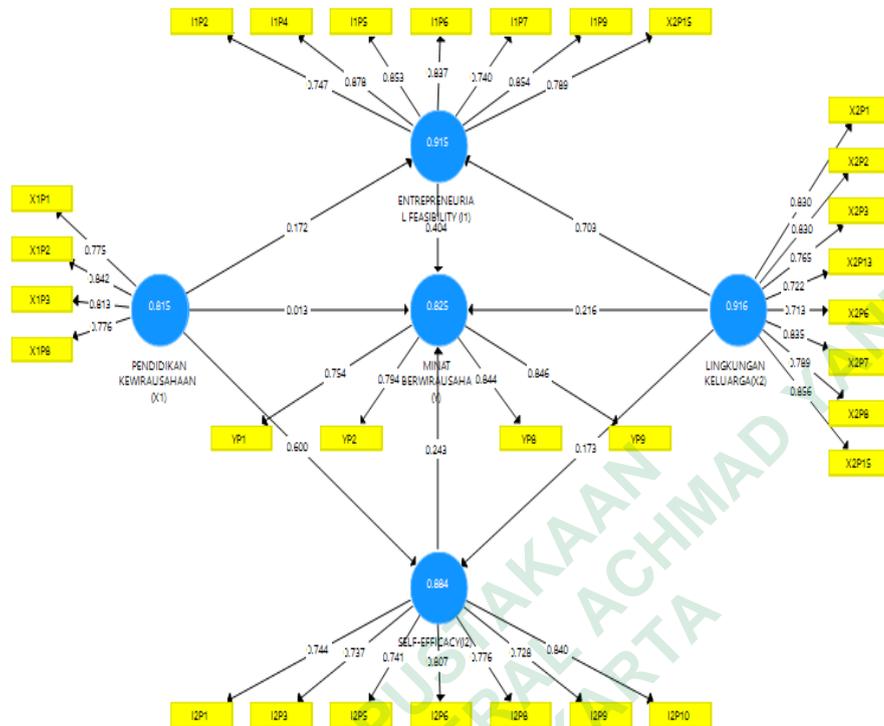
Sumber: Data diolah (2024)

Tabel 4.10 menjelaskan bahwa analisis multikolinearitas yang dilakukan pada penelitian ini memenuhi kriteria, yaitu seluruh nilai VIF bernilai <5, sehingga menunjukkan tidak adanya multikolinearitas antar variabel independen.

## E. Hasil Analisis Evaluasi Struktural Model (*Inner Model*)

### 1. Uji *Path Coefficients*

Gambar 4.1 Path Coefficients



Sumber: Data diolah (2024)

*Path Coefficients*/Koefisien Jalur mengukur kekuatan pengaruh antar variabel dalam analisis jalur. Rincian nilai hasil pengujian mengenai koefisien jalur dapat dilihat pada Tabel 4.11.

Tabel 4.11 Path Coefficients

	<i>Path Coefficients</i>
<b>PKWU -&gt; MB</b>	0.931
<b>PKWU -&gt; EF</b>	0.032
<b>PKWU -&gt; SE</b>	0.000
<b>LK -&gt; MB</b>	0.055
<b>LK -&gt; EF</b>	0.000
<b>LK -&gt; SE</b>	0.169
<b>EF -&gt; MB</b>	0.001
<b>SE -&gt; MB</b>	0.025

Sumber: Data diolah (2024)

Tabel 4.11 menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan dengan minat berwirausaha berpengaruh positif dengan *Path Coefficients* sebesar 0.931.

Pendidikan kewirausahaan dengan *entrepreneurial feasibility* berpengaruh positif dengan *Path Coefficients* sebesar 0.032. Pendidikan kewirausahaan dengan *self-efficacy* berpengaruh positif dengan *Path Coefficients* sebesar 0.000. Begitu pula dengan lingkungan keluarga dengan minat berwirausaha berpengaruh positif dengan *Path Coefficients* sebesar 0.055. Lingkungan keluarga dengan *entrepreneurial feasibility* berpengaruh positif dengan *Path Coefficients* sebesar 0.000. Lingkungan keluarga dengan *self-efficacy* berpengaruh positif dengan *Path Coefficients* sebesar 0.169. Selain itu, *entrepreneurial feasibility* dengan minat berwirausaha juga berpengaruh positif dengan *Path Coefficients* sebesar 0.001. *Self-efficacy* dengan minat berwirausaha berpengaruh positif dengan *Path Coefficients* sebesar 0.025.

## 2. Uji T Statistik

Uji T-statistik digunakan untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan pada penelitian. Hipotesis akan diterima jika *p value* di bawah 0.05 dan t statistik di atas 1.96 (Hair et al., 2017).

**Tabel 4.12 T-Statistik**

	<b>T-Statistik</b>	<b>P Value</b>
<b>PKWU -&gt; MB</b>	2.45	0.015
<b>PKWU -&gt; EF</b>	0.038	0.97
<b>PKWU -&gt; SE</b>	5.942	0
<b>LK -&gt; MB</b>	2.506	0.013
<b>LK -&gt; EF</b>	6.217	0
<b>LK -&gt; SE</b>	1.437	0.151
<b>EF -&gt; MB</b>	3.378	0.001
<b>SE -&gt; MB</b>	2.004	0.046

Sumber: Data diolah (2024)

Tabel 4.12 memperlihatkan bahwa dari kedelapan hipotesis yang berpengaruh secara langsung terdapat enam hipotesis (H1, H3, H4, H5, H7, dan H8) diterima, karena masing-masing hipotesis memiliki *p value* di bawah 0.05 dan t statistik di atas 1.96, yang menegaskan pengaruhnya signifikan. Sementara dua hipotesis (H2 dan H6) yang ditolak, karena masing-masing hipotesis memiliki *p value* di atas 0.05 dan t statistik di bawah 1.96.

## F. Hasil Analisis Evaluasi Kecocokan Model (*Goodness of Fit*)

### 1. Uji R Square

Pada Uji R-square nilai kriterianya berkisar antara 0 sampai 1. Semakin mendekati 1 membuktikan bahwa model yang dibuat sangat efektif dalam menjelaskan variasi dalam data dan membuat prediksi yang akurat. Sesuai Hair dkk. (2017), nilai R-square dikategorikan menjadi tiga tingkatan yaitu 0-0.25 (pengaruh rendah), 0.25-0.50 (pengaruh sedang), 0.50-0.75 (pengaruh tinggi), dan Tabel 4.13 memberikan hasil rinci analisis R-square.

**Tabel 4.13 R-Square**

	<i>R Square</i>
<i>EF</i>	0.565
<i>SE</i>	0.495
<i>MB</i>	0.563

Sumber: Data diolah (2024)

Berdasarkan analisis koefisien determinasi, R-square Model Jalur I sebesar 0,565. Artinya kemampuan variabel  $X_1$  dan  $X_2$  melalui *intervening* dalam menjelaskan  $I_1$  adalah sebesar 56,5% (tinggi). R-square Model Jalur II sebesar 0,495. Artinya kemampuan variabel  $X_1$  dan  $X_2$  melalui *intervening* dalam menjelaskan  $I_2$  adalah sebesar 49,5% (sedang). R-square Model Jalur III sebesar 0,563. Artinya kemampuan variabel  $X_1$  dan  $X_2$  dalam menjelaskan  $Y$  adalah sebesar 56,3% (tinggi).

### 2. Uji Q Square (*Predictive Relevance*)

Pada pengujian Q-square digunakan untuk melihat seberapa besar kesesuaian model dengan keseluruhan data yang digunakan dalam pengujian. Menurut Hair et al., (2017) nilai Q-square  $>0$  menunjukkan hasil prediksi yang baik. yaitu 0-0.25 (level prediksi kecil), 0.25-0.50 (level prediksi sedang), dan  $>0.50$  (level prediksi besar).

**Tabel 4.14 Q-Square**

	<i>Q-Square</i>
<i>EF</i>	0.383

<b>MB</b>	0.35
<b>SE</b>	0.281

Sumber: Data diolah (2024)

Sehingga berdasarkan analisis yang dilakukan, disimpulkan bahwa variabel dependen relevan dan efektif dalam memprediksi model struktural untuk setiap konstruk variabel yang diteliti pada penelitian ini.

### 3. SRMR (*Standardized Root Mean Square Residual*)

adalah alat untuk menilai seberapa baik model yang dibuat cocok dengan data penelitian yang ada. SRMR mengukur seberapa besar perbedaan antara hasil yang diprediksi oleh model dan hasil yang sebenarnya ditemukan dalam data. Nilai SRMR yang lebih kecil menunjukkan bahwa model tersebut lebih cocok dengan data. Jika nilai SRMR berada di bawah 1, ini berarti model yang dibuat sudah cukup baik dan sesuai dengan data yang digunakan dalam penelitian. Dengan kata lain, semakin kecil nilai SRMR, semakin baik model dalam merepresentasikan data yang ada.

**Tabel 4.15 SRMR**

<i>Estimated Model</i>	
<b>SRMR</b>	0.088

Sumber: Data diolah (2024)

## G. Pengujian Hipotesis

### 1. Koefisien Jalur (*Path Coefficient*)/Direct Effect

*Direct effect* digunakan untuk menguji bagaimana pengaruh langsung satu variabel terhadap variabel lainnya dalam penelitian. Dalam hal ini, terdapat dua jenis variabel: variabel eksogen, yang mempengaruhi, dan variabel endogen, yang dipengaruhi. Pengujian *direct effect* bertujuan untuk mengukur seberapa besar pengaruh langsung dari variabel eksogen terhadap variabel endogen. Untuk mengukur pengaruh ini, digunakan *path coefficient*, yang menunjukkan seberapa kuat pengaruh tersebut. Nilai *path coefficient* bisa berkisar dari 0 hingga 1 untuk menunjukkan pengaruh positif, di mana kenaikan pada variabel eksogen diikuti oleh kenaikan pada variabel endogen. Sebaliknya, nilai *path*

*coefficient* dari 0 hingga -1 menunjukkan pengaruh negatif, di mana kenaikan pada variabel eksogen diikuti oleh penurunan pada variabel endogen. Semakin mendekati 1 atau -1 nilai *path coefficient*, semakin kuat pengaruh yang ditunjukkan.

**Tabel 4.16 Direct Effect**

	<b>Path</b>	<b>T- Statistik</b>	<b>P Value</b>
<b>PKWU -&gt; MB</b>	0.032	2.45	0.015
<b>PKWU -&gt; EF</b>	0.931	0.038	0.97
<b>PKWU -&gt; SE</b>	0.000	5.942	0
<b>LK -&gt; MB</b>	0.055	2.506	0.013
<b>LK -&gt; EF</b>	0.000	6.217	0
<b>LK -&gt; SE</b>	0.169	1.437	0.151
<b>EF -&gt; MB</b>	0.001	3.378	0.001
<b>SE -&gt; MB</b>	0.025	2.004	0.046

Sumber: Data diolah (2024)

**H<sub>1</sub>: Pendidikan kewirausahaan berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha**

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, nilai *path coefficient* antara variabel pendidikan kewirausahaan dan minat berwirausaha adalah 0.032, yang menandakan arah positif. Ini mengindikasikan adanya hubungan searah antara pendidikan kewirausahaan dan minat berwirausaha. Nilai *p-value*-nya adalah 0.015. Karena nilai ini  $< 0.05$ , dan nilai T-Statistik-nya adalah 2.45, yang  $> 1.96$ , maka dapat dinyatakan bahwa "Pendidikan kewirausahaan berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha".

**H<sub>2</sub>: Pendidikan kewirausahaan berpengaruh positif terhadap entrepreneurial feasibility**

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, nilai *path coefficient* antara variabel pendidikan kewirausahaan dan *entrepreneurial feasibility* adalah 0.931, yang menandakan arah positif. Ini mengindikasikan adanya hubungan searah antara pendidikan kewirausahaan dan *entrepreneurial feasibility*. Nilai *p-value*-nya adalah 0.97. Karena nilai ini  $> 0.05$ , dan nilai T-Statistik-nya adalah 0.038, yang  $< 1.96$ , maka dapat dinyatakan bahwa "Pendidikan kewirausahaan tidak berpengaruh positif terhadap *entrepreneurial feasibility*".

**H<sub>3</sub>: Pendidikan kewirausahaan berpengaruh positif terhadap *self-efficacy***

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, nilai *path coefficient* antara variabel pendidikan kewirausahaan dan *self-efficacy* adalah 0.000, yang menandakan arah positif. Ini mengindikasikan adanya hubungan searah antara pendidikan kewirausahaan dan *self-efficacy*. Nilai *p-value*-nya adalah 0. Karena nilai ini  $< 0.05$ , dan nilai T-Statistik-nya adalah 5.942, yang  $> 1.96$ , maka dapat dinyatakan bahwa "Pendidikan kewirausahaan berpengaruh positif terhadap *self-efficacy*".

**H<sub>4</sub>: Lingkungan keluarga berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha**

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, nilai *path coefficient* antara variabel lingkungan keluarga dan minat berwirausaha adalah 0.055, yang menandakan arah positif. Ini mengindikasikan adanya hubungan searah antara lingkungan keluarga dan minat berwirausaha. Nilai *p-value*-nya adalah 0.013. Karena nilai ini  $< 0.05$ , dan nilai T-Statistik-nya adalah 2.506, yang  $> 1.96$ , maka dapat dinyatakan bahwa "Lingkungan keluarga berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha".

**H<sub>5</sub>: Lingkungan keluarga berpengaruh positif terhadap *entrepreneurial feasibility***

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, nilai *path coefficient* antara variabel lingkungan keluarga dan *entrepreneurial feasibility* adalah 0.000, yang menandakan arah positif. Ini mengindikasikan adanya hubungan searah antara lingkungan keluarga dan *entrepreneurial feasibility*. Nilai *p-value*-nya adalah 0. Karena nilai ini  $< 0.05$ , dan nilai T-Statistik-nya adalah 6.217, yang  $> 1.96$ , maka dapat dinyatakan bahwa "Lingkungan keluarga berpengaruh positif terhadap *entrepreneurial feasibility*".

**H<sub>6</sub>: Lingkungan keluarga berpengaruh positif terhadap *self-efficacy***

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, nilai *path coefficient* antara variabel lingkungan keluarga dan *self-efficacy* adalah 0.169, yang menandakan arah positif. Ini mengindikasikan adanya hubungan searah antara lingkungan keluarga dan *self-efficacy*. Nilai *p-value*-nya adalah 0.151. Karena nilai ini  $>$

0.05, dan nilai T-Statistik-nya adalah 1.437, yang  $< 1.96$ , maka dapat dinyatakan bahwa "Lingkungan keluarga tidak berpengaruh positif terhadap *self-efficacy*".

**H7: *Entrepreneurial feasibility* berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha**

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, nilai *path coefficient* antara variabel *entrepreneurial feasibility* dan minat berwirausaha adalah 0.001, yang menandakan arah positif. Ini mengindikasikan adanya hubungan searah antara *entrepreneurial feasibility* dan minat berwirausaha. Nilai *p-value*-nya adalah 0.001. Karena nilai ini  $< 0.05$ , dan nilai T-Statistik-nya adalah 3.378, yang  $> 1.96$ , maka dapat dinyatakan bahwa "*Entrepreneurial feasibility* berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha".

**H8: *Self-efficacy* berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha**

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, nilai *path coefficient* antara variabel *self-efficacy* dan minat berwirausaha adalah 0.025, yang menandakan arah positif. Ini mengindikasikan adanya hubungan searah antara *self-efficacy* dan minat berwirausaha. Nilai *p-value*-nya adalah 0.046. Karena nilai ini  $< 0.05$ , dan nilai T-Statistik-nya adalah 2.004, yang  $> 1.96$ , maka dapat dinyatakan bahwa "*Self-efficacy* berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha".

**2. *Indirect Effect***

*Indirect effect* digunakan untuk menguji hipotesis tentang pengaruh tidak langsung antara variabel eksogen (variabel yang mempengaruhi) dan variabel endogen (variabel yang dipengaruhi) yang melibatkan peran variabel *intervening* sebagai mediasi.

**Tabel 4.17 *Indirect Effect***

	Path	T Statistics	P Values
<b>PKWU -&gt; <i>EF</i> &gt; MB</b>	0.069	1.799	<b>0.073</b>
<b>PKWU -&gt; <i>SE</i> -&gt; MB</b>	0.146	2.015	<b>0.044</b>

<b>LK -&gt; EF -&gt; MB</b>	0.284	2.855	<b>0.004</b>
<b>LK -&gt; SE -&gt; MB</b>	0.042	1.071	<b>0.285</b>

Sumber: Data diolah (2024)

**H<sub>9</sub>: *Entrepreneurial feasibility* berperan dalam memediasi pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha.**

Berdasarkan hasil pengujian yang tercantum dalam tabel di atas, nilai *path coefficient* antara variabel pendidikan kewirausahaan, mediasi *entrepreneurial feasibility* dan minat berwirausaha adalah 0.069, yang menandakan arah positif. Ini mengindikasikan adanya hubungan searah antara pendidikan kewirausahaan, mediasi *entrepreneurial feasibility* dan minat berwirausaha. Nilai *p-value*-nya adalah 0.073. Karena nilai ini, >0.05, dan nilai T-Statistik-nya adalah 1.799, yang <1.96, maka dapat dinyatakan bahwa "*Entrepreneurial feasibility* tidak berperan dalam memediasi pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha".

**H<sub>10</sub>: *Self-efficacy* berperan dalam memediasi pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha.**

Berdasarkan hasil pengujian yang tercantum dalam tabel di atas, nilai *path coefficient* antara variabel pendidikan kewirausahaan, mediasi *self-efficacy* dan minat berwirausaha adalah 0.146, yang menandakan arah positif. Ini mengindikasikan adanya hubungan searah antara pendidikan kewirausahaan, mediasi *self-efficacy* dan minat berwirausaha. Nilai *p-value*-nya adalah 0.044. Karena nilai ini, <0.05, dan nilai T-Statistik-nya adalah 2.015, yang >1.96, maka dapat dinyatakan bahwa "*Self-efficacy* berperan dalam memediasi pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha".

**H<sub>11</sub>: *Entrepreneurial feasibility* berperan dalam memediasi pengaruh lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha.**

Berdasarkan hasil pengujian yang tercantum dalam tabel di atas, nilai *path coefficient* antara variabel lingkungan keluarga, mediasi *entrepreneurial feasibility* dan minat berwirausaha adalah 0.284, yang menandakan arah positif. Ini mengindikasikan adanya hubungan searah antara lingkungan

keluarga, mediasi *entrepreneurial feasibility* dan minat berwirausaha. Nilai *p-value*-nya adalah 0.004. Karena nilai ini,  $<0.05$ , dan nilai T-Statistik-nya adalah 2.855, yang  $>1.96$ , maka dapat dinyatakan bahwa "*Entrepreneurial feasibility* berperan dalam memediasi pengaruh lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha".

**H<sub>12</sub>: *Self-efficacy* berperan dalam memediasi pengaruh lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha.**

Berdasarkan hasil pengujian yang tercantum dalam tabel di atas, nilai *path coefficient* antara variabel lingkungan keluarga, mediasi *self-efficacy* dan minat berwirausaha adalah 0.042, yang menandakan arah positif. Ini mengindikasikan adanya hubungan searah antara lingkungan keluarga, mediasi *self-efficacy* dan minat berwirausaha. Nilai *p-value*-nya adalah 0.285. Karena nilai ini,  $>0.05$ , dan nilai T-Statistik-nya adalah 1.071, yang  $<1.96$ , maka dapat dinyatakan bahwa "*Self-efficacy* tidak berperan dalam memediasi pengaruh lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha".

## H. Pembahasan

### 1. Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha

Hasil pengujian data memaparkan bahwa pendidikan kewirausahaan memiliki pengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Artinya, semakin baik kualitas pendidikan kewirausahaan yang diterima seseorang, minat mereka untuk memulai usaha sendiri semakin tinggi. Pengaruh positif ini dibuktikan melalui tiga indikator statistik utama: *path coefficient*, t-statistik, dan *p-value*. *Path coefficient* yang positif menunjukkan kekuatan pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha. T-statistik yang tinggi menunjukkan bahwa pengaruh tersebut signifikan dan tidak kebetulan. *P-value* yang rendah mengindikasikan bahwa hasil pengujian valid dan pengaruh pendidikan kewirausahaan benar-benar ada.

Hasil penelitian mengungkapkan adanya korelasi positif antara kualitas pendidikan kewirausahaan dan minat mahasiswa untuk berwirausaha. Ini berarti bahwa kualitas pendidikan yang lebih baik akan meningkatkan minat

mahasiswa untuk memulai usaha. Sebaliknya, jika pendidikan kewirausahaan yang diberikan kurang memadai, minat mahasiswa untuk berwirausaha cenderung menurun. Hal ini menekankan pentingnya memberikan pendidikan kewirausahaan yang berkualitas untuk memotivasi lebih banyak orang untuk menjadi wirausahawan.

Hasil analisis statistik deskriptif memaparkan bahwa rerata pendidikan kewirausahaan mahasiswa berada pada kategori baik. Ini mengindikasikan bahwa mahasiswa menyikapi pendidikan kewirausahaan dengan positif. Kegiatan intrakurikuler yang diikuti mahasiswa selama perkuliahan memperkaya pengetahuan mereka tentang kewirausahaan, termasuk teori dan strategi praktis yang diperoleh melalui pengalaman belajar langsung. Dengan demikian, hal tersebut semakin meningkatkan minat mahasiswa dalam bidang kewirausahaan. Selain melalui kegiatan intrakurikuler, mahasiswa juga mendapatkan wawasan kewirausahaan melalui kegiatan ekstrakurikuler di luar jam perkuliahan, seperti partisipasi dalam organisasi kampus, workshop, komunitas wirausaha, serta seminar kewirausahaan yang dapat diikuti di berbagai tempat. Kegiatan-kegiatan ini memperkaya pengalaman praktis mahasiswa dalam kewirausahaan. Kegiatan ekstrakurikuler ini lebih berfokus pada penerapan praktik kewirausahaan di kalangan mahasiswa, memungkinkan mereka untuk merasakan secara langsung proses menjadi seorang wirausaha. Hal ini mencakup mulai dari pengelolaan modal usaha hingga strategi dalam menghadapi berbagai risiko yang muncul selama menjalankan usaha.

Pendidikan kewirausahaan memainkan peran krusial dalam mendorong minat berwirausaha. Jika pendidikan kewirausahaan disampaikan dengan baik, minat mahasiswa untuk berwirausaha juga akan meningkat. Sebaliknya, jika pendidikan ini kurang efektif, minat mahasiswa untuk terjun ke dunia usaha cenderung menurun. Menurut *Theory of Planned Behaviour* (TPB), norma subjektif berhubungan dengan pandangan seseorang terhadap persepsi orang lain yang dapat memotivasi perilaku mereka. Dalam penelitian ini, norma subjektif diartikan sebagai pendidikan kewirausahaan yang berperan dalam

mempengaruhi minat berwirausaha. Hal ini sejalan dengan teori atribusi, yaitu semakin tinggi pemahaman seseorang terhadap pendidikan kewirausahaan, maka pengaruhnya terhadap keinginan individu untuk menjadi wirausahawan semakin besar (Heider, 1958). Hasil ini konsisten dengan Atmaja & Margunani (2016) yang menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan dapat mempermudah individu dalam memahami teori-teori kewirausahaan. Pengetahuan ini kemudian dapat dimanfaatkan oleh individu yang memiliki keinginan untuk memulai usaha. Hasil penelitian ini juga didukung oleh Farida & Nurkhin (2016) dan Widianingrum (2020) yang mengutarakan pendidikan kewirausahaan berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha.

## **2. Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan terhadap *Entrepreneurial Feasibility***

Hasil pengujian data memperlihatkan bahwa pendidikan kewirausahaan tidak mempengaruhi *entrepreneurial feasibility* atau kelayakan kewirausahaan. Meskipun seseorang mendapatkan pendidikan kewirausahaan, ini tidak meningkatkan kemampuan mereka untuk menilai seberapa layak ide bisnis. Hal ini dibuktikan oleh nilai *path coefficient*, t-statistik, dan *p-value* yang tidak menunjukkan hasil signifikan. *Path coefficient* tidak menunjukkan dampak positif yang berarti, t-statistik rendah menunjukkan pengaruh yang tidak signifikan, dan *p-value* tinggi menandakan bahwa hasil pengujian tidak valid.

Hal ini menunjukkan bahwa meskipun mahasiswa telah menerima pelatihan formal dan pengetahuan terkait kewirausahaan, hal tersebut tidak secara otomatis meningkatkan keyakinan atau kesiapan mereka dalam memulai dan menjalankan usaha yang layak. Ketika mahasiswa dihadapkan pada realitas pasar, seperti kesulitan mengakses modal, menghadapi persaingan yang dinamis, atau beradaptasi dengan perubahan pasar, pengetahuan yang diperoleh dari pendidikan formal mungkin tidak cukup memadai untuk memberikan rasa percaya diri atau persepsi bahwa usaha mereka memiliki peluang sukses yang tinggi.

## **3. Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan terhadap *Self-Efficacy***

Berdasarkan hasil penelitian memperlihatkan bahwa pendidikan

kewirausahaan memiliki pengaruh positif terhadap *self-efficacy* atau keyakinan diri seseorang terhadap kemampuannya. Artinya, semakin baik pendidikan kewirausahaan yang diterima seseorang, semakin tinggi keyakinan diri mereka dalam kemampuan untuk berwirausaha. Hasil ini dibuktikan dengan beberapa indikator statistik. *Path coefficient* menunjukkan angka positif yang berarti pendidikan kewirausahaan memang meningkatkan *self-efficacy*. T-statistik yang tinggi mengindikasikan bahwa pengaruh ini signifikan secara statistik, dan p-value yang sesuai dengan kriteria menunjukkan bahwa hasil pengujian valid. Peningkatan dalam pendidikan kewirausahaan akan meningkatkan keyakinan diri seseorang untuk memulai dan menjalankan usaha. Sebaliknya, jika pendidikan kewirausahaan yang diterima rendah, keyakinan diri untuk berwirausaha juga cenderung rendah..

Hasil analisis deskriptif memperlihatkan bahwa rerata mahasiswa memiliki pendidikan kewirausahaan yang tergolong baik. Pendidikan kewirausahaan yang berkualitas ini berkorelasi positif dengan *self-efficacy* yang kuat pada mahasiswa FES UNJAYA, yaitu keyakinan diri terhadap kemampuan yang dimiliki. *Self-efficacy* yang baik penting dalam proses pembelajaran karena meningkatkan kepercayaan diri mahasiswa selama proses tersebut. Keyakinan diri yang kuat, didukung oleh pendidikan kewirausahaan yang matang, hal tersebut sangat bermanfaat dalam mencapai kesuksesan.

Pendidikan kewirausahaan dapat diwujudkan melalui tugas praktik yang mengarahkan mahasiswa untuk menjalankan usaha secara langsung. Hal ini mendorong peningkatan rasa percaya diri dan ketekunan dalam berwirausaha. Mahasiswa juga dilatih dalam manajemen keuangan, mulai dari modal hingga perhitungan laba atau rugi. Pendidikan kewirausahaan dapat dilakukan secara formal melalui kurikulum, nonformal melalui kegiatan seperti workshop dan seminar, serta informal melalui pengamatan dan pengalaman sehari-hari yang menginspirasi mahasiswa untuk berwirausaha.

Hasil penelitian ini konsisten dengan temuan Anggraeni dan Nurcaya (2016), Nugrahaningsih (2018), serta Afrianty (2020), yang menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan memiliki dampak positif terhadap *self-*

*efficacy*. Semakin tinggi tingkat pendidikan kewirausahaan yang dimiliki mahasiswa, semakin tinggi pula tingkat *self-efficacy* yang berkembang pada mereka. Sebaliknya, kurangnya pengetahuan mengenai mata kuliah kewirausahaan dapat berdampak negatif pada kepercayaan diri individu dalam kemampuan mereka untuk sukses dalam wirausaha.

#### **4. Pengaruh Lingkungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha**

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa lingkungan keluarga berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Artinya, dukungan dan kualitas lingkungan keluarga dapat menumbuhkan minat individu untuk memulai usaha. Penelitian ini dibuktikan dengan beberapa indikator statistik: *path coefficient* menunjukkan pengaruh positif yang signifikan, t-statistik menunjukkan hasil yang signifikan secara statistik, dan p-value sesuai dengan kriteria validitas. Dengan kata lain, lingkungan keluarga yang mendukung dan positif dapat meningkatkan minat berwirausaha seseorang. Sebaliknya, lingkungan keluarga yang kurang mendukung atau tidak kondusif dapat menurunkan minat mahasiswa untuk berwirausaha. Jadi, semakin baik lingkungan keluarga, semakin besar kemungkinan seseorang memiliki minat yang tinggi untuk menjadi wirausahawan.

Hasil analisis statistik deskriptif memperlihatkan bahwa rerata kualitas lingkungan keluarga mahasiswa berada pada kategori baik. Temuan ini mengindikasikan bahwa lingkungan keluarga mahasiswa, yang terkait dengan wirausaha, mempengaruhi minat wirausaha mereka. Peran lingkungan keluarga dalam memotivasi anak untuk terlibat dalam kegiatan wirausaha sangat signifikan. Anggraeni dan Harnanik (2015) mengemukakan bahwa anak-anak yang memiliki orang tua yang menjalankan usaha sendiri cenderung memiliki kecenderungan untuk menjadi pengusaha juga, karena situasi ini sering memberikan inspirasi dan motivasi sejak usia dini.

Menurut *Theory of Planned Behavior* (TPB), keputusan untuk berwirausaha dipengaruhi oleh berbagai faktor eksternal, dan salah satunya adalah lingkungan keluarga. Dukungan dari keluarga dapat meningkatkan minat mahasiswa untuk berwirausaha. Ini karena dorongan dan motivasi dari

keluarga membantu mahasiswa merasa lebih yakin dan termotivasi untuk memulai usaha. Jika keluarga juga terlibat dalam dunia kewirausahaan, mahasiswa dapat melihat mereka sebagai teladan dan mendapatkan inspirasi untuk mengembangkan karir kewirausahaan mereka. Selain dukungan moral dari orang tua, dukungan materiil seperti penyediaan modal usaha juga penting. Bantuan finansial dari keluarga dapat membuat mahasiswa merasa lebih siap dan mampu untuk memulai bisnis. Secara keseluruhan, semakin besar dukungan yang diberikan oleh lingkungan keluarga, baik dalam bentuk dorongan moral maupun dukungan materiil, semakin tinggi minat mahasiswa untuk menjadi wirausahawan. Dukungan keluarga yang kuat membuat mahasiswa merasa lebih percaya diri dan termotivasi untuk mengejar peluang kewirausahaan.

Lingkungan keluarga yang baik sangat penting untuk meningkatkan minat berwirausaha. Ketika kondisi keluarga dalam keadaan sejahtera, harmonis, dan nyaman, keluarga dapat memberikan dukungan yang besar bagi anak-anak dalam menghadapi berbagai tantangan yang mereka hadapi saat memulai usaha. Dengan kata lain, jika keluarga berada dalam keadaan yang stabil dan mendukung, anak-anak akan merasa lebih didorong dan mendapat bantuan yang diperlukan untuk mengejar minat mereka dalam berwirausaha. Dukungan ini bisa berupa dorongan moral, bantuan praktis, atau sumber daya yang membuat anak lebih siap dan percaya diri untuk menghadapi tantangan di dunia kewirausahaan. Hasil ini sejalan dengan penelitian Kurniawati & Kumuriyanto (2018) dan Yunia (2019) yang menyatakan bahwa lingkungan keluarga berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha.

##### **5. Pengaruh Lingkungan Keluarga terhadap *Entrepreneurial Feasibility***

Berdasarkan hasil penelitian memperlihatkan bahwa lingkungan keluarga berpengaruh positif terhadap *entrepreneurial feasibility*, dengan nilai *path coefficient*, t-statistik dan *p-value* yang sesuai dengan kriteria sehingga menegaskan bahwa lingkungan keluarga berpengaruh positif terhadap *entrepreneurial feasibility*. Hasil ini menunjukkan bahwa peranan lingkungan keluarga dapat meningkatkan kelayakan kewirausahaan. Adanya dukungan

atau dorongan untuk mencoba hal baru, diskusi tentang ide-ide bisnis atau adanya contoh dari anggota keluarga yang sudah lebih dahulu berwirausaha dapat membuat anak merasa lebih yakin bahwa mereka bisa memulai dan menjalankan usaha dengan sukses. Ketika keluarga memberikan motivasi, bantuan, atau bahkan hanya dukungan moral, hal ini dapat meningkatkan kepercayaan diri dan keyakinan anak bahwa usahanya bisa berhasil. Lingkungan keluarga yang mendukung dapat membuat anak merasa lebih siap dan percaya diri untuk memulai bisnis, sehingga kelayakan usaha menjadi lebih mungkin tercapai.

Berdasarkan TPB, lingkungan keluarga dapat membentuk sikap yang positif, memberikan norma subjektif yang mendukung, dan meningkatkan persepsi kontrol perilaku seseorang terhadap kewirausahaan. Hal ini membuat mereka lebih percaya diri bahwa usaha yang akan dijalankan memiliki peluang yang baik untuk sukses, sehingga meningkatkan *entrepreneurial feasibility*. Berdasarkan teori atribusi, ketika seseorang melihat keberhasilan dalam wirausaha sebagai hasil dari dukungan keluarga atau kemampuan pribadi yang diperkuat oleh lingkungan keluarga, mereka lebih cenderung merasa bahwa usaha mereka layak dan akan berhasil. Hal ini dapat menciptakan siklus positif di mana dukungan keluarga terus memperkuat keyakinan dan kesiapan untuk berwirausaha.

#### **6. Pengaruh Lingkungan Keluarga terhadap *Self-Efficacy***

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa lingkungan keluarga tidak memiliki pengaruh positif terhadap *self-efficacy* atau keyakinan diri seseorang dalam kemampuannya. Artinya, dukungan atau kondisi di lingkungan keluarga tidak secara langsung meningkatkan keyakinan diri seseorang. Penyebabnya mungkin karena ada faktor lain yang lebih berpengaruh, seperti dukungan dari teman sebaya atau lingkungan di luar keluarga. Misalnya, dorongan dan dukungan dari teman atau pengalaman yang didapat di luar rumah dapat memainkan peran yang lebih besar dalam membangun keyakinan diri seseorang dibandingkan dengan pengaruh dari keluarga. Jadi, meskipun lingkungan keluarga penting, faktor-faktor lain juga dapat memengaruhi

seberapa yakin seseorang merasa terhadap kemampuannya.

Penjelasan hasil penelitian tersebut sejalan dengan penelitian Delahaij, Kamphuis, & Berg (2016) dan Agustin & Trisnawati (2022) memaparkan bahwa pengaruh lingkungan keluarga terhadap *self-efficacy* atau keyakinan diri seseorang tidak selalu bersifat positif. Meskipun lingkungan keluarga bisa memberikan dukungan, ada banyak faktor lain di luar keluarga yang juga mempengaruhi keyakinan diri seseorang. Faktor-faktor eksternal seperti lingkungan sosial, yang mencakup teman, sekolah, atau tempat kerja, dapat memainkan peran penting dalam membentuk keyakinan diri seseorang. Misalnya, dukungan dan pengalaman yang diperoleh dari teman atau lingkungan kerja bisa memiliki dampak besar pada bagaimana seseorang merasa tentang kemampuan mereka. Jadi, meskipun keluarga berperan dalam membangun keyakinan diri, faktor-faktor di luar keluarga juga sangat mempengaruhi *self-efficacy*.

#### **7. Pengaruh *Entrepreneurial Feasibility* terhadap Minat Berwirausaha**

Berdasarkan hasil penelitian memperlihatkan bahwa *entrepreneurial feasibility* berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha, dengan nilai *path coefficient*, t-statistik dan *p-value* yang sesuai dengan kriteria sehingga menegaskan bahwa *entrepreneurial feasibility* berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Hal ini menunjukkan bahwa ketika mahasiswa merasa bahwa usaha yang akan dijalani mempunyai peluang sukses yang tinggi dan layak untuk diupayakan, maka minat untuk benar-benar memulai bisnis tersebut juga meningkat.

Penjelasan ini sejalan dengan TPB, yang menyatakan bahwa persepsi kontrol perilaku dalam hal ini, keyakinan bahwa seseorang mampu menjalankan usaha dengan sukses merupakan faktor penting dalam membentuk niat berwirausaha. Keyakinan terhadap kelayakan usaha tidak hanya mempengaruhi persepsi seseorang tentang kemampuan mereka, tetapi juga memperkuat motivasi internal untuk mengejar peluang kewirausahaan. Oleh karena itu, memperkuat persepsi *entrepreneurial feasibility* melalui pengalaman praktis, pelatihan, dan dukungan lingkungan dapat menjadi

strategi efektif dalam meningkatkan minat berwirausaha di kalangan mahasiswa. Hal ini sejalan dengan Afrianty (2020) yang menjelaskan bahwa *entrepreneurial feasibility* berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha.

#### 8. Pengaruh *Self-Efficacy* terhadap Minat Berwirausaha

Berdasarkan hasil penelitian memperlihatkan bahwa *self-efficacy* berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha, dengan nilai *path coefficient*, *t*-statistik dan *p-value* yang sesuai dengan kriteria sehingga menegaskan bahwa *self-efficacy* berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan *self-efficacy* berasosiasi dengan peningkatan minat wirausaha. Sebaliknya, penurunan dalam *self-efficacy* cenderung mengakibatkan penurunan minat wirausaha mahasiswa.

Hasil analisis deskriptif memperlihatkan bahwa rerata *self-efficacy* mahasiswa berada pada tingkat yang baik. Ini berarti bahwa secara umum, mahasiswa merasa cukup percaya diri tentang kemampuan mereka. Temuan ini juga menunjukkan adanya korelasi antara *self-efficacy* dan minat berwirausaha mahasiswa. Artinya, semakin tinggi keyakinan diri mahasiswa, semakin besar kemungkinan mereka tertarik untuk memulai usaha. *Self-efficacy* diukur dengan tiga indikator utama: *magnitude* (besar kecilnya tantangan yang dirasa mampu dihadapi), *generality* (seberapa luas keyakinan diri diterapkan dalam berbagai situasi), dan *strength* (kekuatan atau ketahanan keyakinan diri dalam menghadapi kesulitan). Ketiga indikator ini menunjukkan hasil yang baik dalam analisis deskriptif, menandakan bahwa mahasiswa merasa yakin dalam semua aspek tersebut. Semakin kuat keyakinan diri mahasiswa dan semakin tinggi ketekunan mereka, semakin besar kemampuan mereka untuk memilih dan menjalankan kegiatan dengan sukses, terutama dalam konteks kewirausahaan.

Dalam *Theory of Planned Behavior* (TPB), keputusan untuk menjadi wirausahawan dipengaruhi oleh berbagai faktor internal, dan salah satunya adalah kepribadian, khususnya *self-efficacy*. *Self-efficacy* merujuk pada seberapa besar seseorang merasa mampu melakukan sesuatu dalam situasi tertentu. Ini berarti bahwa keyakinan seseorang tentang kemampuan *self-*

*efficacy* memengaruhi minat mereka untuk menjadi wirausahawan. *Self-efficacy* berkaitan dengan keyakinan yang telah berkembang sejak dini. Mahasiswa yang merasa yakin dengan kemampuan mereka dalam berbagai situasi akan lebih mudah untuk menentukan sikap positif dan menguasai keterampilan yang diperlukan untuk memulai dan menjalankan usaha. Dengan kata lain, mahasiswa yang percaya diri dalam kemampuan mereka cenderung lebih termotivasi untuk mengejar karir kewirausahaan. Penelitian terdahulu Zaneta (2022) dan Afrianty (2020) menjelaskan bahwa *self-efficacy* berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha.

#### **9. Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha yang Dimediasi Oleh *Entrepreneurial Feasibility***

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa *entrepreneurial feasibility* adalah variabel mediasi dari pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha. Nilai *path coefficient*, t-statistik dan *p-value* tidak sesuai dengan kriteria sehingga menegaskan bahwa *Entrepreneurial feasibility* tidak berperan dalam memediasi pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha. Hal ini memaparkan bahwa pendidikan kewirausahaan tidak cukup membangun keyakinan individu terhadap kelayakan usaha mereka, maka persepsi mengenai *entrepreneurial feasibility* tidak akan meningkat secara signifikan, meskipun individu mendapatkan pengetahuan melalui pendidikan kewirausahaan, hal tersebut tidak secara otomatis membuat mereka merasa yakin bahwa usaha yang mereka rencanakan dapat berhasil. Oleh karena itu, *entrepreneurial feasibility* tidak berperan dalam memediasi hubungan pendidikan kewirausahaan dengan peningkatan minat berwirausaha.

Menurut Teori Perilaku Terencana (TPB), persepsi kontrol perilaku adalah faktor kunci yang mempengaruhi niat seseorang untuk berwirausaha. Jika pendidikan kewirausahaan tidak dapat meningkatkan persepsi ini, maka tidak akan ada peningkatan dalam *entrepreneurial feasibility* yang cukup signifikan untuk memediasi pengaruh terhadap minat berwirausaha. Hal ini juga dijelaskan melalui Teori Atribusi, di mana individu mungkin mengatribusikan hasil yang mereka peroleh dari pendidikan kewirausahaan sebagai sesuatu yang

kurang relevan atau tidak cukup mendukung kelayakan usaha, sehingga tidak mempengaruhi minat mereka untuk berwirausaha.

#### **10. Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha yang Dimediasi Oleh *Self-Efficacy***

Berdasarkan perhitungan diketahui bahwa variabel *self efficacy* berfungsi sebagai variabel mediasi antara pendidikan kewirausahaan dan minat berwirausaha. Ini berarti bahwa *self-efficacy* atau keyakinan diri mahasiswa mempengaruhi bagaimana pendidikan kewirausahaan berdampak pada minat mereka untuk memulai usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *path coefficient*, t-statistik, dan p-value semuanya sesuai dengan kriteria, yang menunjukkan bahwa *self-efficacy* memperkuat hubungan antara pendidikan kewirausahaan dan minat berwirausaha. Dengan kata lain, semakin tinggi keyakinan diri mahasiswa, semakin besar pengaruh positif pendidikan kewirausahaan terhadap minat mereka untuk berwirausaha. Perilaku seseorang dipengaruhi oleh keyakinan mereka tentang dampak dari perilaku tersebut. Jadi, jika mahasiswa memiliki *self-efficacy* yang baik atau keyakinan diri yang tinggi, mereka akan lebih memahami konsep kewirausahaan dan lebih termotivasi untuk memulai usaha. Ini membuktikan bahwa keyakinan diri yang kuat membantu meningkatkan minat mahasiswa dalam berwirausaha.

Hasil penelitian ini konsisten dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB), yang menyatakan bahwa keputusan untuk berwirausaha adalah tindakan yang memerlukan komitmen besar dan melibatkan berbagai faktor internal seperti kepribadian, persepsi, motivasi, dan pengalaman belajar. Dalam konteks TPB, minat berwirausaha dipengaruhi oleh pembelajaran, yang dalam hal ini berarti pendidikan kewirausahaan. Dengan kata lain, teori ini menjelaskan bahwa seberapa besar seseorang tertarik untuk memulai usaha dipengaruhi oleh seberapa banyak mereka belajar tentang kewirausahaan. Jadi, pendidikan kewirausahaan berperan penting dalam membentuk minat seseorang untuk berwirausaha, karena semakin banyak yang dipelajari, semakin besar kemungkinan seseorang memiliki minat dan motivasi untuk memulai usaha. Penelitian ini sejalan dengan temuan Nugrahaningsih (2018), Zutiasari (2015),

dan Anggraeni serta Nurcaya (2016), yang menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan dari pendidikan kewirausahaan terhadap minat wirausaha melalui self-efficacy.

#### **11. Pengaruh Lingkungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha yang Dimediasi Oleh *Entrepreneurial Feasibility***

Berdasarkan perhitungan diketahui bahwa variabel *entrepreneurial feasibility* adalah variabel mediasi dari pengaruh lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha. Nilai *path coefficient*, t-statistik, dan *p-value* yang sesuai dengan kriteria menunjukkan bahwa *entrepreneurial feasibility* memperkuat pengaruh lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa lingkungan keluarga yang mendukung dapat memberikan sumber daya, dukungan emosional, dan contoh nyata yang dapat meningkatkan keyakinan mahasiswa terhadap peluang keberhasilan usaha. Ketika *entrepreneurial feasibility* tinggi, mahasiswa lebih mungkin untuk memiliki minat yang kuat dalam berwirausaha. Dalam hal ini, *entrepreneurial feasibility* berfungsi sebagai mekanisme yang mengubah dukungan keluarga menjadi motivasi yang konkret untuk berwirausaha.

Lingkungan keluarga merupakan fondasi awal, sementara *entrepreneurial feasibility* memperkuat keyakinan bahwa sumber daya dan dukungan tersebut dapat menjadikan sebuah usaha yang sukses. Mediasi ini menunjukkan bahwa keyakinan dalam kelayakan usaha memainkan peran penting dalam menghubungkan dukungan keluarga dengan peningkatan minat berwirausaha, hal ini menunjukkan pentingnya kedua faktor tersebut dalam mendorong kegiatan kewirausahaan.

Hal ini sejalan dengan teori atribusi yaitu lingkungan keluarga yang mendukung dapat mempengaruhi cara individu mengatribusikan kesuksesan dalam berwirausaha. Jika individu merasa bahwa dukungan keluarga meningkatkan peluang kesuksesan (atribusi internal), mereka akan lebih percaya bahwa usaha mereka layak (*entrepreneurial feasibility*), yang pada akhirnya dapat meningkatkan minat mereka untuk berwirausaha. Menurut TPB, minat berwirausaha dipengaruhi oleh tiga komponen: sikap terhadap

perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Lingkungan keluarga yang mendukung dapat membentuk norma subjektif dan meningkatkan persepsi kontrol perilaku, yaitu keyakinan individu terhadap kemampuan mereka untuk berhasil. Namun, agar dukungan ini berpengaruh pada minat berwirausaha, individu harus yakin bahwa usaha tersebut layak dan dapat berhasil (*entrepreneurial feasibility*).

## **12. Pengaruh Lingkungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha yang Dimediasi Oleh *Self-Efficacy***

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa *self-efficacy* merupakan variabel mediasi dari pengaruh lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha. Nilai *path coefficient*, t-statistik dan *p-value* tidak sesuai dengan kriteria sehingga menegaskan bahwa *self-efficacy* tidak berperan dalam memediasi pengaruh lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha. Hal ini disebabkan oleh anggapan mahasiswa bahwa lingkungan keluarga memiliki pengaruh signifikan terhadap minat wirausaha mereka. Sebagai akibatnya, mahasiswa merasa bahwa lingkungan keluarga telah cukup berperan dalam menumbuhkan minat wirausaha mereka, tanpa mempertimbangkan peran *self-efficacy*. *Self-efficacy* atau keyakinan diri adalah persepsi individu tentang kemampuan mereka untuk berhasil dalam tugas tertentu. Dalam konteks kewirausahaan, lingkungan keluarga yang mendukung biasanya diasumsikan dapat meningkatkan *self-efficacy*, yang pada gilirannya akan meningkatkan minat berwirausaha. Namun, jika *self-efficacy* tidak meningkat meskipun ada dukungan dari keluarga, ini menunjukkan bahwa ada faktor lain yang lebih dominan dalam mempengaruhi minat berwirausaha.

Dalam *Theory of Planned Behavior* (TPB), perilaku seseorang dipengaruhi oleh norma subjektif, yaitu pengaruh dari orang-orang di sekitarnya. Norma subjektif merujuk pada persepsi individu terhadap persetujuan atau ketidaksetujuan individu atau kelompok tertentu terhadap perilakunya, serta motivasi yang diberikan oleh mereka untuk berperilaku tertentu. Jika individu tidak merasa bahwa mereka memiliki kontrol atau kemampuan yang cukup untuk berhasil dalam kewirausahaan, maka *self-efficacy* tidak akan meningkat,

dan minat berwirausaha tidak akan dipengaruhi secara signifikan oleh dukungan keluarga.

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI  
PERPUSTAKAAN  
YOGYAKARTA