

PENGARUH *PERCEIVED CONFIDENCE*, *SOCIAL SUPPORT* DAN *ACADEMIC SUPPORT* TERHADAP  
*ENTREPRENEURIAL INTENTION*

Nunuk Dwi Garwanti  
STIE Isti Ekatana Upaweda Yogyakarta

e-mail: [nunukgarwanti01@gmail.com](mailto:nunukgarwanti01@gmail.com)

Dwi Wahyu Pril Ranto\*

Sekolah Tinggi Ilmu Bisnis Kumala Nusa Yogyakarta

e-mail: [dwiwahyuprilranto@gmail.com](mailto:dwiwahyuprilranto@gmail.com)

*\*Corresponding Author*

**Abstrak**

Tujuan penelitian ini menguji pengaruh *perceived confidence*, *social support* dan *academic support* terhadap *entrepreneurial intention* mahasiswa di Yogyakarta. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Data yang sudah terkumpul berjumlah 89 responden. Sedangkan metode pengambilan sampel menggunakan *convenience sampling*. Pengukuran variabel menggunakan Skala Likert. Analisis data menggunakan analisis regresi berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa *perceived confidence* dan *social support* berpengaruh terhadap *entrepreneurial intention*. Sedangkan *academic support* tidak berpengaruh terhadap *entrepreneurial intention*.

Kata kunci : kepercayaan yang dirasakan, dukungan sosial, dukungan akademik, niat berwirausaha

**Abstract**

The purpose of this study was to examine the effect of *perceived confidence*, *social support* and *academic support* on the *entrepreneurial intention* of students in Yogyakarta. This research is a quantitative research. Methods of data collection using a questionnaire. The data that has been collected amounted to 89 respondents. While the sampling method using *convenience sampling*. Measurement of variables using a Likert Scale. Data analysis using multiple regression analysis. The results of the analysis show that *perceived confidence* and *social support* have an effect on *entrepreneurial intention*. Meanwhile, *academic support* has no effect on *entrepreneurial intention*.

Keywords: *perceived confidence*, *social support*, *academic support*, *entrepreneurial intention*

## PENDAHULUAN

Kewirausahaan telah menarik perhatian khususnya para pembuat kebijakan dan perguruan tinggi. Perhatian ini meningkat karena adanya kebutuhan akan wirausaha yang disadari dapat membantu mempercepat pembangunan ekonomi melalui penciptaan ide-ide baru dan banyaknya usaha yang dijalankan (Manik & Sidharta, 2016). Kegiatan wirausaha tidak hanya menjadi inkubator inovasi teknologi, tetapi dapat juga memberikan kesempatan terbukanya lapangan pekerjaan. Perguruan tinggi sebagai lembaga pencetak sarjana, memandang perlu menumbuhkan semangat dan niat untuk berwirausaha pada mahasiswanya.

Kewirausahaan diketahui melibatkan pengambilan risiko, ketidakpastian, kreativitas, kepemimpinan, dan proaktif, tetapi juga memerlukan beberapa karakteristik motivasi seperti semangat dan ketekunan (Longva et al., 2020). Zimmerer (2002), menjelaskan bahwa faktor pendorong tumbuhnya kewirausahaan disuatu negara ada pada keterlibatan universitas dalam penyelenggaraan pendidikan kewirausahaan. Pihak universitas dapat membekali para mahasiswanya melalui berbagai kegiatan kewirausahaan. Pihak universitas dapat menyediakan berbagai aktifitas baik formal di bangku kuliah maupun kegiatan ekstra di luar kegiatan perkuliahan.

Tumbuhnya minat mahasiswa untuk berwirausaha tidak lepas dari kepercayaan dari mahasiswa tersebut, adanya atmosfir dalam lingkungan kampus dan adanya dukungan dari lingkungan sekitarnya seperti keluarga, kawan – kawan, dosen dan masyarakat pada umumnya. Semakin kuat dukungan dari luar diri mahasiswa untuk berwirausaha, maka motivasi untuk mandiri melalui kegiatan kewirausahaan akan semakin besar.

Persepsi kepercayaan terhadap diri (*Perceived confidence*) dalam menjalankan usaha menjadi aspek penting dalam menjalankan bisnis (Shiri et al., 2012). Sedangkan Ikhtiangung & Soedihono (2018) berpendapat bahwa kepercayaan diri adalah karakteristik kewirausahaan yang diperlukan. Studi empiris dalam literatur kewirausahaan telah menemukan bahwa wirausahawan memiliki kepercayaan diri yang lebih tinggi daripada non-pengusaha.

Faktor berikutnya yang dapat mendorong niat mahasiswa berwirausaha adalah dukungan sosial (*social support*). Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi siswa tentang dukungan sosial memiliki hubungan yang signifikan dengan niat kewirausahaan (Ikhtiangung & Soedihono, 2018). Diperoleh juga bahwa persepsi dukungan sosial berpengaruh signifikan terhadap niat berwirausaha (Ikhtiangung & Soedihono, 2018).

Faktor lain yang dapat mendorong niat berwirausaha mahasiswa adalah faktor dukungan akademik (*academic support*) (Lingappa et al., 2020). Sebagai insan kampus, dukungan secara akademik sangat diharapkan oleh mahasiswa. Dukungan ini dapat mendorong munculnya aktifitas – aktifitas mereka seperti kreativitas membuat produk dan lainnya. Dengan adanya fasilitas tersebut sangat mudah memunculkan niat mahasiswa untuk berwirausaha.

Berdasarkan uraian di atas, maka menarik untuk dilakukan penelitian tentang pengaruh *perceived confidence*, *social support*, dan *academic support* terhadap *entrepreneurial intention* mahasiswa di Yogyakarta.

## **Pengaruh *Perceived Confidence, Social Support dan....* (Nunuk Dwi Garwanti, Dwi Wahyu Pril Ranto)**

### **Rumusan Masalah**

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah *perceived confidence* berpengaruh terhadap *entrepreneurial intention* mahasiswa di Yogyakarta?
2. Apakah *social support* berpengaruh terhadap *entrepreneurial intention* mahasiswa di Yogyakarta?
3. Apakah *academic support* berpengaruh terhadap *entrepreneurial intention* mahasiswa di Yogyakarta?

### **Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian yang dapat disusun dalam penelitian ini adalah:

1. Menguji pengaruh *perceived confidence* terhadap *entrepreneurial intention* mahasiswa di Yogyakarta?
2. Menguji pengaruh *social support* terhadap *entrepreneurial intention* mahasiswa di Yogyakarta?
3. Menguji pengaruh *academic support* terhadap *entrepreneurial intention* mahasiswa di Yogyakarta?

## **LANDASAN TEORI**

### ***Perceived Confidence***

Kepercayaan diri secara umum didefinisikan sebagai percaya pada diri sendiri. Kepercayaan diri diterima secara luas sebagai sesuatu yang berharga dan merupakan aset individu dan kunci kesuksesan pribadi. Dalam studi, Tarmedy et al., (2016) menjelaskan pandangan diri yang optimis dipandang sebagai hal yang baik. Kepercayaan diri itu berharga karena membuat orang lebih bahagia dan dapat membuat lebih mudah untuk meyakinkan orang lain, dan meningkatkan motivasi untuk bertahan dalam mengejar tujuannya. Berdasarkan konseptualisasi ini, diharapkan orang yang lebih percaya diri memandang lingkungan mereka lebih baik daripada yang lain dan memiliki lebih optimis tentang masa depan mereka. Oleh karena itu, jika seseorang memiliki tingkat kepercayaan diri yang tinggi, kekuatan hubungan yang diusulkan antara dukungan pendidikan dan niat kewirausahaan juga bisa meningkat.

### ***Social Support***

*Social support* adalah salah satu istilah untuk menerangkan bagaimana hubungan sosial menyumbang manfaat bagi kesehatan mental atau kesehatan fisik pada individu. Shiri et al., (2012) mendefinisikan *social support* sebagai kenyamanan fisik dan psikologis yang diberikan oleh teman-teman dan keluarga individu tersebut. Dukungan sosial merupakan bantuan yang berasal dari orang yang memiliki hubungan sosial akrab dengan individu yang menerima bantuan. Bentuk dukungan ini dapat berupa informasi, tingkah laku tertentu, ataupun materi yang dapat menjadikan individu yang menerima bantuan merasa disayangi, diperhatikan dan bernilai.

### ***Academic Support***

*Academic support*, menurut Kumar et al., (2020) merupakan dukungan akademik yang mengacu pada faktor-faktor yang berkaitan dengan dukungan bagi seorang pelajar untuk mencapai dan menyelesaikan tugas-tugas studi dengan target hasil dan waktu yang telah ditentukan. Dalam konteks kegiatan kewirausahaan, maka dukungan akademik ini merupakan dukungan yang muncul dari internal universitas guna mendukung aktifitas mahasiswa dalam kegiatan usaha. Adanya dukungan ini dapat menjadi stimulus bagi mahasiswa yang ingin atau punya niat menjalankan usaha.

### *Entrepreneurial Intention*

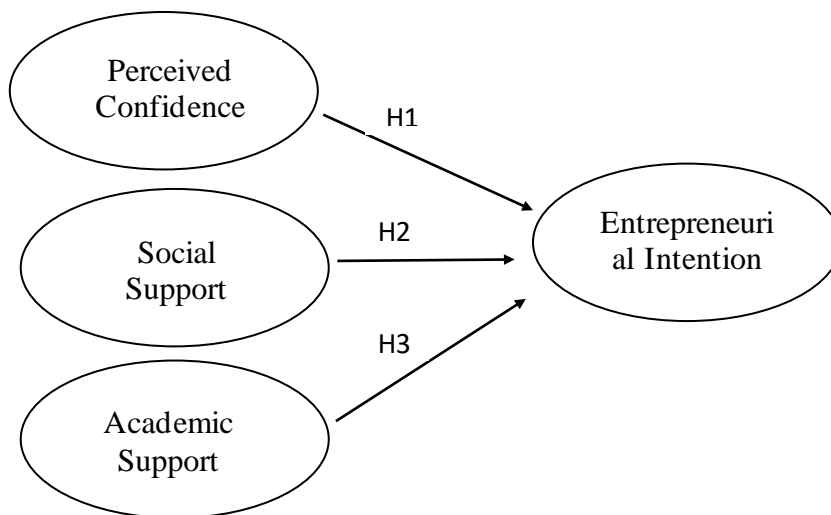
Banyak peneliti telah menganalisis perbedaan kepribadian antara pengusaha dan non-pengusaha atas dasar bahwa sifat karakter tertentu diperlukan prasyarat untuk berwirausaha (Altinay et al., 2012). Karabulut (2016) mendefinisikan niat berwirausaha sebagai kesediaan seseorang dalam melakukan kegiatan wirausaha, atau dengan kata lain menjadi wiraswasta. Suharti & Sirine (2012) mendefinisikan niat kewirausahaan sebagai pencarian informasi yang dapat digunakan untuk membantu memenuhi tujuan penciptaan usaha. Niat berwirausaha secara umum dapat didefinisikan sebagai kesadaran dan keyakinan individu yang mendirikan usaha bisnis baru dan berencana untuk melakukannya di masa depan (Malebana, 2014).

### Penelitian Terdahulu

Berikut adalah beberapa hasil penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian yang dilakukan peneliti saat ini: Berdasarkan hasil penelitian oleh Oktavianto (2013) menjelaskan bahwa *perceived confidence* berpengaruh positif terhadap *entrepreneurial intention*. Walipah & Naim (2016) dalam studinya menjelaskan *social support* berpengaruh positif terhadap *entrepreneurial intention*. Hasil yang sama juga dihasilkan oleh Ikhtiangung & Soedihono (2018) yang menjelaskan bahwa *academic support* berpengaruh positif terhadap *entrepreneurial intention*. Hasil-hasil penelitian tentang *entrepreneurial intention* dari beberapa peneliti menyatakan bahwa *perceived confidence*, *social support*, dan *academic support* terbukti mempengaruhi intensi mahasiswa berwirausaha (Suharti & Sirine, 2012; Lingappa et al., 2020).

### Model Penelitian

Berdasarkan tinjauan literatur dan penelitian terdahulu di atas, maka model penelitian yang dapat disusun adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Model Penelitian

# **Pengaruh *Perceived Confidence, Social Support* dan.... (Nunuk Dwi Garwanti, Dwi Wahyu Pril Ranto)**

## **Hipotesis Penelitian**

Berdasarkan model penelitian tersebut maka hipotesis yang dapat disusun adalah:

- H1 : Diduga *perceived confidence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *entrepreneurial intention*
- H2 : Diduga *social support* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *entrepreneurial intention*
- H3 : Diduga *academic support* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *entrepreneurial intention*

## **METODE PENELITIAN**

### **Tempat Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IEU dan Sekolah Tinggi Ilmu Bisnis Kumala Nusa.

### **Jenis Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian diskriptif kuantitatif yaitu penelitian tentang data yang dikumpulkan dan dinyatakan dalam bentuk angka-angka. Sifat penelitian ini adalah *explanatory research*. Menurut Sugiyono (2015) *explanatory research* merupakan penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta hubungannya antara satu variabel dengan variabel yang lain.

### **Populasi**

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa perguruan tinggi Swasta di Yogyakarta yaitu mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IEU dan Sekolah Tinggi Ilmu Bisnis Kumala Nusa.

### **Sampel dan Teknik pengambilan sampel**

Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang telah mengambil mata kuliah kewirausahaan. Penelitian ini menggunakan teknik *convenience sampling* yaitu pengambilan sampel karena faktor kemudahan.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Penelitian ini menggunakan metode survei. Metode survei merupakan metode penelitian yang dilaksanakan dengan mengambil sampel dari suatu populasi dengan menggunakan kuesioner (Zikmund et al., 2010). Kuesioner disampaikan kepada responden dengan mengirimkan link google form kepada calon responden. Pemilihan metode ini atas dasar pertimbangan kemudahan dan efisiensi.

### **Definisi Konsep dan Operasional**

1. *Perceived confidence* adalah rasa percaya diri pada diri sendiri yang dimiliki mahasiswa untuk mendorong munculnya niat berwirausaha. Adapun indikator yang digunakan untuk mengukur *perceived confidence* adalah: (1) percaya akan sukses jika berwirausaha, (2) memiliki kemampuan yang dipersyaratkan sebagai wirausaha, (3) memiliki ketrampilan (skill) untuk sukses sebagai wirausaha.

2. *Social support* adalah dukungan lingkungan sekitar yang dimiliki mahasiswa dalam mendorong niat berwirausaha. Adapun indikator yang digunakan untuk mengukur *social support* adalah mendapat dukungan dari keluarga terdekat, mendapat dukungan dari teman – teman terdekat, mendapat dukungan dari guru/mentor/dosen.
3. *Academic support* adalah dukungan lingkungan kampus yang dapat mendorong munculnya keinginan mahasiswa berwirausaha. Adapun indikator yang digunakan untuk mengukur *academic support* adalah: (1) memiliki referensi orang – orang yang memulai usaha dilingkungan kampus, (2) memiliki dukungan dalam mengembangkan ide – ide kreatif di lingkungan kampus, (3) memiliki teman – teman yang banyak memiliki ide dalam memulai usaha.
4. *Entrepreneurial Intention* adalah niat yang muncul dari mahasiswa untuk berwirausaha. Indikator yang digunakan untuk mengukur *entrepreneurial intention* adalah (1) ingin berkarir sebagai wirausahawan, (2) menjadi wirausahawan adalah pilihan karir, (3) ingin mandiri dengan berkarir sebagai wirausahawan

### Skala Pengukuran

Penelitian ini menggunakan skala likert. Skala likert dalam penelitian ini menggunakan alternatif jawaban bernilai 1 sampai dengan 5 yaitu sangat tidak setuju (1), tidak setuju (2), cukup (3), setuju (4) dan sangat setuju (5).

### Uji Kualitas Instrumen

Pengujian instrumen penelitian menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas menggunakan korelasi *product moment*. Sedangkan untuk mengukur reliabilitas dilakukan dengan uji statistik *cronbach alpha*.

### Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi berganda, dan olah data menggunakan program SPSS. Adapun persamaan regresi linier berganda dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Y = *entrepreneurial intention*

a = konstanta

X<sub>1</sub> = *perceived confidence*

X<sub>2</sub> = *social support*

X<sub>3</sub> = *academic support*

b<sub>1</sub> b<sub>2</sub> b<sub>3</sub> = Koefesien Korelasi

e = Standar Error

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **Karakteristik Responden**

Berdasarkan hasil penyebaran yang dilakukan pada dua perguruan tinggi yaitu STIE IEU dan STIB Kumala Nusa, diperoleh 89 responden. Data responden kemudian dianalisis berdasarkan jenis kelamin, umur, semester dan perguruan tinggi asal. Hasil dari identifikasi dapat dijabarkan secara rinci sebagai berikut:

#### **1. Jenis Kelamin**

Karakteristik responden yang pertama kali dihitung adalah jenis kelamin responden.

Tabel 1. Jenis kelamin responden

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
1.	Perempuan	70	78.7
2.	Laki-Laki	19	21.3
	Total	89	100.0

Berdasarkan Tabel 1, hasil analisis menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini mayoritas berjenis kelamin perempuan yaitu berjumlah 70 (78.7) orang sedangkan responden laki - laki berjumlah 19 orang (21.3%).

#### **2. Usia**

Dalam penelitian ini juga dibedakan dengan karakteristik responden berdasarkan usia. Hasil analisis dari responden tersebut dapat ditunjukkan dalam tabel di bawah:

Tabel 2. Usia responden

No.	Usia	Jumlah	Presentase
1.	19 tahun	8	9.0
2.	20 tahun	38	42.7
3.	21 tahun	18	20.2
4.	22 tahun	15	16.9
5.	23 tahun	6	6.7
6.	24 tahun	2	2.2
7.	26 tahun	1	1.1
8.	27 tahun	1	1.1
	Total	89	100.0

Dari Tabel 2 diatas dapat dijelaskan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah berusia 20 tahun berjumlah 38 orang atau 42.7%. Sedangkan yang lain rata - rata responden berada pada usia 19 tahun, dan 21 s/d 27 tahun.

### 3. Perguruan Tinggi

Berdasarkan hasil penelitian dapat dijelaskan karakteristik responden ditinjau dari asal perguruan tingginya yaitu sebagai berikut:

Tabel 3. Perguruan Tinggi

No.	Status	Jumlah	Presentase
1.	STIE IEU	39	43.8
2.	STIB Kumala Nusa	50	56.2
	Total	89	100%

Berdasarkan Tabel 3 di atas, terdapat 50 responden atau 56.2% dari kampus STIB Kumala Nusa dan 39 atau 43.8 % responden dari STIE IEU.

### 4. Semester

Berdasarkan hasil penelitian dapat dijelaskan karakteristik responden ditinjau dari semester yaitu sebagai berikut:

Tabel 4. Responden Berdasarkan Semester

No.	Semester	Jumlah	Presentase
1.	3	16	18.0
2.	5	66	74.2
3.	7	6	6.7
4.	9	1	1.1
	Total	89	100.0

Berdasarkan Tabel 4 di atas, mayoritas responden berada pada semester 5 dengan jumlah 66 orang atau 74.2%. Sedangkan lainnya yaitu berada pada semester tiga, tujuh dan sembilan.

### Hasil Uji Kualitas Instrumen

#### 1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur yang telah dirancang dalam bentuk kuesioner dapat berjalan sesuai dengan fungsinya. Pengujian kuesioner dilakukan secara statistik dengan menggunakan SPSS versi 20. Di bawah ini hasil dari uji validitas dari setiap pernyataan yang ada pada kuesioner yang dihitung menggunakan metode *pearson correlation* berikut :

Tabel 5. Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	Signifikansi	Keterangan
<i>Perceived Confidence (X1)</i>	X1.1	0,000	Valid
	X1.2	0,000	
	X1.3	0,000	
	X1.4	0,000	



**Pengaruh *Perceived Confidence, Social Support dan...*  
(Nunuk Dwi Garwanti, Dwi Wahyu Pril Ranto)**

<i>Social Support (X2)</i>	X2.1	0,000	Valid
	X2.2	0,000	
	X2.3	0,000	
	X2.4	0,000	
<i>Academic Support (X3)</i>	X2.1	0,000	Valid
	X2.2	0,000	
	X2.3	0,000	
	X2.4	0,000	
<i>Entrepreneurial Intention (Y)</i>	Y1	0,000	Valid
	Y2	0,000	
	Y3	0,000	
	Y4	0,000	

Berdasarkan Tabel 5 di atas menunjukkan bahwa variabel *perceived confidence, social support, academic support* dan *entrepreneurial intention* mendapatkan hasil yang valid dimana nilai signifikansinya di bawah 5%.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas (uji tingkat kepercayaan) digunakan untuk menentukan apakah instrumen dalam kuesioner dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak oleh responden yang sama, menggunakan metode *Cronbach Alpha*. Nilai *alpha* dari uji *cronbach's* > 0,6 maka instrumen adalah reliabel.

Tabel 6. Hasil uji reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	r <sub>tabel</sub>	Keterangan
<i>Perceived confidence (X1)</i>	0.861	> 0.6	Reliabel
<i>Social support (X2)</i>	0.766	> 0.6	Reliabel
<i>Academic Support (x3)</i>	0.651	>0.6	Reliabel
<i>Entrepreneurial intention (Y)</i>	0.825	>0.6	Reliabel

Berdasarkan Tabel 6 di atas dapat disimpulkan bahwa instrumen yang diuji reliabilitasnya yaitu *perceived confidence (X1), social support (X2), academic support (X3)* dan *entrepreneurial intention (Y)*, menunjukkan hasil Cronbach Alphanya di atas (0,6). Berdasarkan hasil ini maka dapat disimpulkan semua instrumen tersebut dapat dinyatakan reliabel.

## Hasil Uji Hipotesis

### 1. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas berupa *perceived confidence (X<sub>1</sub>), social support (X<sub>2</sub>)* dan *academic support (X<sub>3</sub>)* terhadap variabel terikat berupa *entrepreneurial intention (Y)*.

Tabel 7. Analisis regresi linear

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.688	2.521		.670	.505

X1	.284	.111	.280	2.549	0.013
X2	.254	.127	.211	2.009	0.048
X3	.242	.139	.183	1.742	0.085

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda pada Tabel.7, maka dapat disusun persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 1.688 + 0.284X_1 + 0.254X_2 + 0.242X_3$$

## 2. Uji Parsial (t-hitung)

Berdasarkan hasil dari Tabel 7 di atas, maka diperoleh hasil sebagai berikut :

- Hasil pengujian pengaruh *perceived confidence* (X1) terhadap *entrepreneurial intention* (Y). Berdasarkan analisis tersebut yang tersaji dalam Tabel 7, pengaruh variabel X1 terhadap Y menunjukkan nilai signifikansi 0.013 lebih kecil dari nilai  $\alpha = 5\%$ . Hal ini menunjukkan bahwa variabel *perceived confidence* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *entrepreneurial intention*.
- Hasil pengujian pengaruh *social support* (X2) terhadap *entrepreneurial intention* (Y). Berdasarkan analisis tersebut yang tersaji dalam Tabel 7, pengaruh variabel X2 terhadap Y menunjukkan nilai signifikansi 0.048 lebih kecil dari nilai  $\alpha = 5\%$ . Hal ini menunjukkan bahwa variabel *social support* (X1) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *entrepreneurial intention*.
- Hasil pengujian pengaruh *academic support* (X3) terhadap *entrepreneurial intention* (Y). Berdasarkan analisis tersebut yang tersaji dalam Tabel 7, pengaruh variabel X1 terhadap Y menunjukkan nilai signifikansi 0.085 lebih besar dari nilai  $\alpha = 5\%$ . Hal ini menunjukkan bahwa variabel *academic support* tidak mempunyai pengaruh terhadap *entrepreneurial intention*.

## 3. Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Berikut adalah hasil perhitungan koefisien determinasi

Tabel 8. Koefisien Determinasi

### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.534 <sup>a</sup>	.285	.260	2.52387

a. Predictors: (Constant), x3, x2, X1

Berdasarkan Tabel 8 diatas dapat diketahui bahwa nilai *Adjusted R Square* pada analisis regresi tersebut sebesar 0.260. H ini menunjukkan bahwa variabel bebas *perceived confidence*, *social support* dan *academic support* mampu menjelaskan variabel terikat *entrepreneurial intention* sebesar 26%, sedangkan sebesar 74% dipengaruhi faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian.

**Pengaruh *Perceived Confidence, Social Support dan...*  
(Nunuk Dwi Garwanti, Dwi Wahyu Pril Ranto)**

**Pembahasan**

Berdasarkan hasil uji t, dapat disimpulkan hipotesis pertama diterima yaitu *perceived confidence* (X1) secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *entrepreneurial intention* (Y). Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Shiri et al., (2012) yang menyatakan bahwa *perceived confidence* mempengaruhi niat berwirausaha mahasiswa. Berdasarkan hasil penelitian oleh Walipah & Naim (2016) menjelaskan bahwa *perceived confidence* berpengaruh positif terhadap *entrepreneurial intention*. Artinya dari hasil penelitian ini dapat dijelaskan bahwa semakin baik *perceived confidence* mahasiswa maka semakin meningkat niat berwirausaha mahasiswa.

Berdasarkan hasil uji t, dapat disimpulkan hipotesis kedua diterima yaitu *social support* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *entrepreneurial intention*. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan Walipah & Naim (2016) dalam studinya menjelaskan *social support* berpengaruh positif terhadap *entrepreneurial intention*. Hasil yang sama juga dihasilkan oleh Suharti & Sirine (2012) yang menjelaskan bahwa *social support* berpengaruh positif terhadap *entrepreneurial intention*.

Berdasarkan hasil uji t, dapat disimpulkan hipotesis ketiga tidak diterima yaitu *academic support* tidak memiliki pengaruh terhadap *entrepreneurial intention*. Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Ikhtiangung & Soedihono, 2018). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *academic support* yang harusnya mampu memberikan pengetahuan atau wawasan tentang kewirausahaan tidak dapat mendorong niat berwirausaha mahasiswa. Selain itu, hasil ini menunjukkan bahwa niat berwirausaha mahasiswa tidak selalu dapat muncul karena ada pengetahuan yang mahasiswa miliki.

**KESIMPULAN DAN SARAN**

**A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, tentang pengaruh *perceived confidence, social support* dan *academic support* terhadap *entrepreneurial intention* maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. *Perceived confidence* berpengaruh terhadap *entrepreneurial intention* mahasiswa di Yogyakarta.
2. *Social support* berpengaruh terhadap *entrepreneurial intention* mahasiswa di Yogyakarta.
3. *Academic support* tidak berpengaruh terhadap *entrepreneurial intention* mahasiswa di Yogyakarta.

**B. Saran**

Dari hasil penelitian diatas beberapa saran yang dapat diberikan antara lain yaitu hasil penelitian ini menambah referensi dalam kajian niat berwirausaha, yaitu terdapat hasil penelitian yang menunjukkan bahwa *academic support* tidak berpengaruh terhadap *entrepreneurial intention*. Dari hasil ini menunjukkan bahwa ketika ingin memunculkan niat berwirausaha mahasiswa tidak selalu berpatokan pada pemberian pengetahuan kewirausahaan. Stimulus niat berwirausaha dapat diberikan melalui suport keluarga, dukungan teman atau motivasi dari para mentor yang telah berhasil.

## DAFTAR PUSTAKA

- Altinay, L., Madanoglu, M., Daniele, R., & Lashley, C. (2012). The influence of family tradition and psychological traits on entrepreneurial intention. *International Journal of Hospitality Management*, 31(2), 489–499. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2011.07.007>
- Ikhtiangung, G. N., & Soedihono. (2018). Pengaruh Dukungan Akademik Dan Faktor Sikap Terhadap Keinginan Berwirausaha Bidang Teknologi (Technopreneur) Pada Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 19(1), 1–20.
- Karabulut, A. T. (2016). Personality Traits on Entrepreneurial Intention. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 229, 12–21. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.07.109>
- Kumar, S., Paray, Z. A., & Dwivedi, A. K. (2020). Student's entrepreneurial orientation and intentions: A study across gender, academic background, and regions. *Higher Education, Skills and Work-Based Learning*, 11(1), 78–91. <https://doi.org/10.1108/HESWBL-01-2019-0009>
- Lingappa, A. K., Shah, A., & Mathew, A. O. (2020). Academic, Family, and Peer Influence on Entrepreneurial Intention of Engineering Students. *SAGE Open*, 10(3), 1–12. <https://doi.org/10.1177/2158244020933877>
- Longva, K. K., Strand, Ø., & Pasquine, M. (2020). Entrepreneurship education as an arena for career reflection: the shift of students' career preferences after a business planning course. *Education and Training*, 62(7–8), 877–896. <https://doi.org/10.1108/ET-08-2019-0187>
- Malebana, M. J. (2014). The effect of knowledge of entrepreneurial support on entrepreneurial intention. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5(20), 1020–1028. <https://doi.org/10.5901/mjss.2014.v5n20p1020>
- Manik, E., & Sidharta, I. (2016). Entrepreneurial Intention on Studentpreneurs to Become Entrepreneur. *International Review of Management and Marketing*, 6(3), 625–630.
- Oktavianto, Y. (2013). Pengaruh Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Usaha Mie Ayam Pak Agus Di Kota Batu. *Jurnal Manajemen Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang*, 3(1), 138030. <https://doi.org/10.22219/jmb.v3i1.1715>
- Shiri, N., Mohammadi, D., & Hosseini, S. M. (2012). Entrepreneurial Intention of Agricultural Students : Effects of Role Model , Social Support , Social Norms and Perceived Desirability. *Archives of Applied Science Research*, 4(2), 892–897.
- Suharti, L., & Sirine, H. (2012). Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Niat Kewirausahaan. *Journal of Management and Entrepreneurship*, 13(2), 124–134. <https://doi.org/10.9744/jmk.13.2.124-134>
- Tarmedi, E., Qiyaski Buhari, R., & Mulyadi, H. (2016). Adversity Quotient Effect of Achievement and Its Impact on Student Entrepreneurship Intentions. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 15, 912–914. <https://doi.org/10.2991/gcbme-16.2016.170>
- Walipah, W., & Naim, N. (2016). Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Niat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi MODERNISASI*, 12(3), 138–144. <https://doi.org/10.21067/jem.v12i3.1461>
- Zikmund, W., Babin, B., Carr, J., & Griffin, M. (2010). Business Research Methods Eight Edition. *Cengage Learning*, 668.