

PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN TERHADAP NIAT BERWIRAUSAHA DENGAN VARIABEL PERCEIVED FEASIBILITY DAN PERCEIVED DESIRABILITY SEBAGAI MEDIASI

Radityo Fajar Arianto^{1,*}, Apriani Simatupang²

¹)Universitas Pelita Harapan

²)Universitas Pelita Harapan

e-mail: radityo.ariantio@uph.edu

ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap niat berwirausaha, dengan *perceived feasibility* dan *perceived desirability* sebagai variabel mediasi. Dalam era ekonomi digital yang kompetitif, pendidikan kewirausahaan memainkan peran penting dalam mendorong generasi muda untuk menjadi wirausahawan. Namun, keberhasilan pendidikan ini tidak hanya ditentukan oleh peningkatan pengetahuan, tetapi juga oleh bagaimana peserta didik memandang kelayakan dan daya tarik dari kegiatan wirausaha. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik analisis Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) melalui SmartPLS 3 terhadap 140 responden yang telah mengikuti pendidikan kewirausahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan berpengaruh positif secara langsung dan tidak langsung terhadap niat berwirausaha melalui *perceived feasibility* dan *perceived desirability*. Kedua variabel mediasi ini terbukti signifikan dalam memperkuat hubungan antara pendidikan dan niat berwirausaha. Penelitian ini memberikan kontribusi praktis bagi pengembangan kurikulum kewirausahaan agar lebih memperhatikan aspek persepsi psikologis dalam membentuk niat berwirausaha yang kuat.

Keywords: Pendidikan Kewirausahaan, Niat Berwirausaha, Perceived Feasibility, Perceived Desirability.

1. LATAR BELAKANG

Era ekonomi digital dan persaingan global yang semakin ketat, kewirausahaan menjadi salah satu solusi strategis untuk mendorong pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan kerja, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Khamimah, 2021). Oleh karena itu, berbagai institusi pendidikan tinggi mulai memasukkan pendidikan kewirausahaan sebagai bagian dari kurikulum untuk menumbuhkan semangat dan keterampilan wirausaha di kalangan mahasiswa. Namun demikian, keberhasilan pendidikan kewirausahaan tidak hanya diukur dari peningkatan pengetahuan dan keterampilan teknis, tetapi juga dari sejauh mana pendidikan tersebut dapat mendorong niat berwirausaha (entrepreneurial intention) peserta didik (Le et al., 2023).

Niat berwirausaha merupakan indikator awal dari tindakan nyata untuk memulai suatu bisnis (Noventa & Dewangga, 2024; Setiawan et al., 2024). Berbagai penelitian menunjukkan bahwa niat merupakan prediktor utama dari perilaku wirausaha (Hadi & Hadi, 2024; D. Halim & Rodhiah, 2024; J. N. Halim & Nuring Sih, 2021; Hartika et al., 2023; Pattiasina & Iswati, 2024). Dalam konteks ini, pendidikan kewirausahaan diharapkan dapat meningkatkan niat tersebut dengan menumbuhkan keyakinan dan minat mahasiswa terhadap dunia usaha. Namun, kenyataannya masih banyak lulusan perguruan tinggi yang enggan terjun ke dunia wirausaha, meskipun telah mendapatkan pendidikan kewirausahaan. Hal ini menunjukkan bahwa ada

faktor-faktor psikologis lain yang memengaruhi niat berwirausaha, salah satunya adalah *perceived desirability* (Pertiwi & Agustina, 2019).

Perceived desirability atau persepsi terhadap daya tarik menjadi wirausahawan mengacu pada sejauh mana seseorang memandang wirausaha sebagai sesuatu yang menarik, menyenangkan, atau diinginkan. Faktor ini sangat dipengaruhi oleh nilai-nilai pribadi, norma sosial, dan motivasi individu (Angkoso et al., 2022; D. Halim & Rodhiah, 2024; Hidayat & Bagasworo, 2022). Pendidikan kewirausahaan yang hanya fokus pada aspek kognitif dan teknis, tanpa membangun persepsi positif terhadap profesi wirausaha, bisa jadi kurang efektif dalam menumbuhkan niat berwirausaha (Khamimah, 2021). Oleh karena itu, penting untuk memahami apakah *perceived desirability* dapat menjadi jembatan (*mediator*) antara pendidikan kewirausahaan dan niat berwirausaha.

Dalam konteks pendidikan kewirausahaan, *perceived feasibility* menjadi penting karena tidak semua peserta didik yang menerima pengetahuan kewirausahaan otomatis memiliki keyakinan diri untuk memulai bisnis (Astiana et al., 2022). Banyak mahasiswa yang memiliki ide usaha namun ragu terhadap kelayakan implementasinya. Oleh karena itu, meneliti *peran perceived feasibility* dapat membantu menjelaskan mengapa pendidikan kewirausahaan tidak selalu berujung pada niat berwirausaha yang tinggi (Nurhayani et al., 2024). Temuan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kurikulum kewirausahaan yang tidak hanya bersifat kognitif, tetapi juga membangun persepsi kelayakan diri yang kuat pada calon wirausahawan.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap niat berwirausaha mahasiswa, dengan menempatkan *perceived desirability* sebagai variabel mediasi. Dengan pendekatan ini, diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis maupun praktis dalam upaya meningkatkan efektivitas pendidikan kewirausahaan, khususnya dalam membentuk persepsi dan motivasi yang kuat untuk menjadi wirausahawan di masa depan.

2. LITERATUR REVIEW

Niat berwirausaha (*entrepreneurial intention*) didefinisikan sebagai keinginan atau komitmen individu untuk memulai usaha bisnis di masa depan (Jennie Elfving et al., 2020). Niat ini sering dianggap sebagai prediktor utama dari perilaku kewirausahaan (Ajzen, 2012). Beberapa penelitian menunjukkan bahwa faktor yang mempengaruhi niat berwirausaha diantaranya perilaku pengusaha yang proaktif dan pengetahuan kewirausahaan (Fatahillah & Ranto, 2020; Noventa & Dewangga, 2024; Sindi Noviyati et al., 2023).

Perceived desirability atau persepsi terhadap daya tarik dari aktivitas kewirausahaan merupakan sejauh mana individu merasa bahwa menjadi wirausahawan adalah sesuatu yang menarik dan menyenangkan (Ajzen, 2012). Variabel ini berkaitan erat dengan sikap seseorang terhadap kewirausahaan dan merupakan salah satu faktor penting dalam membentuk niat berwirausaha (Iakovleva & Kolvereid, 2019). Apabila peserta didik merasa bahwa menjadi wirausahawan adalah hal yang *desirable*, maka mereka akan lebih terdorong untuk berkomitmen memulai bisnis (Febrinda & Nugraha, 2022; Prihandani et al., 2024).

Temuan penelitian (Prihandani et al., 2024) mendukung teori *Entrepreneurial Event* bahwa persepsi terhadap daya tarik dan kelayakan diri dalam berwirausaha dapat mendorong niat mahasiswa untuk memulai bisnis. *Perceived feasibility* berpengaruh positif secara signifikan terhadap intensi berwirausaha, di mana mahasiswa yang merasa memiliki kemampuan dan kelayakan cenderung lebih percaya diri untuk memulai bisnis (Saputra & Puspitowati, 2021).

Demikian halnya penelitian yang dilakukan (Afifah et al., 2020; Khuyen et al., 2023) baik di Indonesia maupun di luar Indonesia. Oleh karena itu dapat disimpulkan:

H1: *Perceived desirability* memiliki pengaruh yang positif terhadap niat berwirausaha.

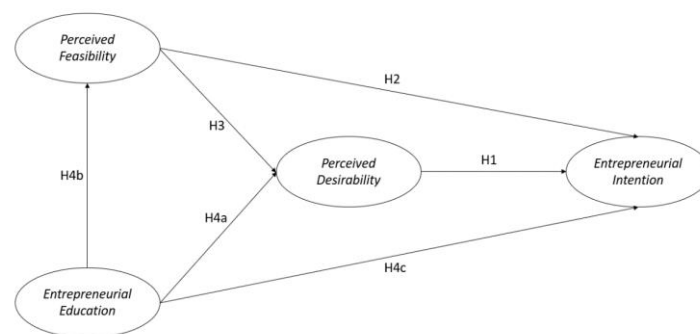
H2: *Perceived feasibility* memiliki pengaruh yang positif terhadap niat berwirausaha

H3: *Perceived feasibility* memiliki pengaruh yang positif terhadap *Perceived desirability*

Pengetahuan berwirausaha mengacu pada pemahaman individu mengenai konsep, proses, dan praktik kewirausahaan, termasuk cara mengidentifikasi peluang, mengelola risiko, menyusun rencana bisnis, serta memahami aspek legal dan finansial dalam berwirausaha (Zhao et al., 2005). Pendidikan kewirausahaan merupakan proses pembelajaran yang bertujuan membekali individu dengan pengetahuan, keterampilan, dan sikap untuk mengenali peluang, mengambil risiko, dan menciptakan nilai melalui inovasi bisnis (Hasan, 2020). Studi menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan secara signifikan mempengaruhi niat untuk berwirausaha (Chandra & Budiono, 2019; Fernanda & Ibrahim, 2022). Menurut (Komaria et al., 2023); (Haliman, 2023) siswa SMA atau SMK yang memiliki pendidikan kewirausahaan memiliki minat berwirausaha yang semakin meningkat. Menurut (Nabi et al., 2018) mahasiswa yang mendapatkan pendidikan kewirausahaan cenderung memiliki niat yang lebih tinggi untuk memulai bisnis mereka sendiri, karena mereka lebih percaya diri dan memiliki pemahaman yang lebih baik mengenai proses kewirausahaan.

Perceived desirability juga dapat sebagai variabel mediasi, *perceived desirability* menjembatani pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap niat berwirausaha (Sulistiyorini & Santoso, 2021). Artinya, pendidikan kewirausahaan meningkatkan *perceived desirability* terhadap aktivitas wirausaha, yang pada gilirannya memperkuat niat individu untuk menjadi wirausahawan mendukung bahwa perubahan dalam sikap dan persepsi terhadap kewirausahaan akibat pendidikan akan meningkatkan minat dan niat seseorang untuk menjalani profesi tersebut. Oleh karena itu dapat disimpulkan:

H4: Pengetahuan Kewirausahaan berpengaruh positif terhadap (a) *Perceived desirability*; (b) *Perceived feasibility*; (c) niat berwirausaha.



Gambar 1 Kerangka berpikir
 Sumber: (Le et al., 2023)

3. METODOLOGI PENELITIAN

Subjek penelitian ini ada mahasiswa yang mendapatkan pendidikan kewirausahaan. Variabel penelitian dibedakan atas 4 (empat) yakni variabel independent yakni pendidikan

kewirausahaan, dan variabel terikat adalah niat untuk berwirausaha, dan *perceived desirability* dan *perceived feasibility* sebagai variabel mediasi.

3.1 Definisi Operasional variabel

1. Niat Berwirausaha (*Entrepreneurial Intention EI*)

Adalah keinginan, tekad, dan komitmen individu untuk memulai dan menjalankan suatu usaha atau kegiatan kewirausahaan di masa depan.

Definisi Operasional:

- a. Saya berniat memulai usaha saya sendiri di masa yang akan datang
- b. Saya berkomitmen untuk menjadi seorang wirausahawan.
- c. Saya akan bersungguh-sungguh jika memiliki kesempatan untuk memulai usaha.
- d. Saya akan memilih berwirausaha sebagai karier utama saya

2. *Perceived Desirability* (PD)

Adalah persepsi individu terhadap tingkat ketertarikan atau daya tarik subjektif terhadap suatu kegiatan berwirausaha.

Definisi Operasional:

- a. Saya akan merasa bangga jika saya berhasil membangun bisnis saya sendiri.
- b. Menjadi wirausahawan memberikan kepuasan pribadi yang tinggi.
- c. Berwirausaha adalah sesuatu yang saya nilai penting dalam hidup saya.

3. *Perceived Feasibility* (PF)

Adalah sejauh mana seseorang merasa secara pribadi mampu memulai bisnis.

Definisi Operasional:

- a. Sangat mungkin bagi saya untuk memulai usaha sendiri
- b. Bagi saya, membuat bisnis akan lebih mudah dibandingkan pekerjaan lainnya.
- c. Saya memiliki sumber daya dan dukungan yang cukup untuk memulai bisnis
4. Pendidikan Berwirausaha (*Entrepreneurship Education EE*)

Bertujuan untuk menumbuhkan pengetahuan, keterampilan, sikap, dan nilai-nilai kewirausahaan pada individu, sehingga mereka mampu mengenali peluang, mengambil risiko, berinovasi, dan menciptakan usaha baru secara mandiri dan berkelanjutan

Definisi Operasional:

- a. Pendidikan kewirausahaan mendorong saya untuk berpikir kreatif dan inovatif.
- b. Saya merasa lebih percaya diri untuk memulai usaha setelah mengikuti pembelajaran kewirausahaan.
- c. Pendidikan kewirausahaan membantu saya memahami risiko dan cara mengelolanya dalam berwirausaha.
- d. Saya merasa termotivasi untuk menjadi wirausahawan setelah mengikuti pendidikan kewirausahaan

Indikator dapat diukur dengan menggunakan skala Likert (1 = sangat tidak setuju sampai dengan 5 = sangat setuju). Teknik pengumpulan data menggunakan metode kuesioner yang disebut juga sebagai sumber data primer (Rukhmana, 2021). Terdapat dua teknik untuk sampling yaitu *Non-Probability Sampling* dan *Probability Sampling* (Sekaran & Bougie, 2020). *Non-probability sampling* teknik pemilihan sampel di mana setiap anggota populasi memiliki peluang yang tidak sama untuk terpilih sebagai responden. Penelitian ini menggunakan *Non-Probability Sampling*, dengan menggunakan *purposive sampling* yang sampelnya sendiri sudah dipertimbangkan secara empiris untuk penelitian lebih lanjut. Peneliti menggunakan teori (Hair et al., 2021) untuk mendukung penelitian ini. Berdasarkan buku *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* oleh Hair et al. (2022).

3.2 Metode Analisis Data

Pada penelitian ini, melakukan teknik analisis PLS-SEM melalui program Smart PLS 3 untuk menilai validitas indikator masing-masing variabel.

a. Statistik Deskriptif

Pada tahap ini melakukan analisis statistik deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran objektif mengenai karakteristik data berdasarkan hasil pengukuran variabel yang telah dilakukan.

b. Preliminary Test

Preliminary test (pre-test) dilakukan terlebih dahulu untuk menguji instrumen untuk memastikan bahwa tidak ada masalah atau ketidakjelasan terkait kata-kata atau pengukuran, sehingga responden dapat memahami pertanyaan kuesioner dengan baik (Sekaran & Bougie, 2020). Setiap indikator akan diuji berdasarkan hasil daripada *Loading Factor*. Setelah itu, nilai untuk setiap variabel akan dinilai melalui *Outer Loading*. Melalui uji validitas dan reliabilitas akan didapatkan hasil nilai *Cronbach's alpha (CA)*, *Composite reliability (CR)*, dan *Average variance extracted (AVE)*.

c. Goodness of the data

Penelitian kuantitatif harus memenuhi tiga persyaratan utama: valid, objektif, dan reliabel (Sekaran & Bougie, 2020). Pada tahap ini dilakukan uji validitas dan reliabilitas

d. Statistik Inferensial

Statistik inferensial digunakan untuk menganalisis data sampel dan kemudian menarik kesimpulan untuk memvalidasi hipotesis.

4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Tabel 1 Statistik Deskriptif

Indikator	Mean	Median	Min	Max	Standar Deviasi
EI1	3.971	4.000	1.000	5.000	1.042
EI2	3.500	4.000	1.000	5.000	0.815
EI3	3.643	4.000	1.000	5.000	0.802
EI4	3.657	4.000	1.000	5.000	0.800
PD1	3.693	4.000	1.000	5.000	0.985
PD2	3.786	4.000	1.000	5.000	0.893
PD3	3.700	4.000	1.000	5.000	0.900
PF1	3.700	4.000	1.000	5.000	0.976
PF2	3.621	4.000	1.000	5.000	0.857
PF3	3.700	4.000	1.000	5.000	0.908
EE1	3.671	4.000	1.000	5.000	0.959
EE2	3.564	4.000	1.000	5.000	0.777
EE3	3.621	4.000	1.000	5.000	0.760
EE4	3.643	4.000	1.000	5.000	0.793

Sumber : data diolah (2025)

Berdasarkan hasil statistik deskriptif terhadap 14 indikator variabel dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa secara umum responden memberikan penilaian yang cenderung tinggi terhadap semua indikator, dengan nilai mean berkisar antara 3.5 hingga 3.97. Indikator EI1 (Entrepreneurial Intention 1) memiliki rata-rata tertinggi (mean = 3.971) dan standar deviasi 1.042, menunjukkan adanya variasi respons yang relatif besar meskipun kecenderungan responden menunjukkan niat berwirausaha yang kuat. Sebaliknya, EI2 memiliki nilai mean paling rendah (3.500) namun tetap berada pada kategori menengah-tinggi, dengan sebaran data

yang relatif kecil (standar deviasi = 0.815). Seluruh indikator memiliki nilai median sebesar 4.000, menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan penilaian positif terhadap setiap pernyataan. Nilai minimum pada seluruh indikator sebesar 1.000 dan maksimum 5.000 menandakan adanya keragaman tanggapan, tetapi konsistensi standar deviasi yang relatif rendah memperkuat bahwa persepsi responden berada dalam rentang yang stabil.

Preliminary Test

Dalam pengujian validitas konvergen, terdapat dua komponen yang peneliti perlu evaluasi, yakni *Outer loading factor* serta *Average Variance Extracted (AVE)*.

Sesuai acuan *Rule of Thumb* yang dimana *Factor Loading* harus di atas 0.5. Setelah dilakukan Pre Test semua data *Factor Loading* telah memenuhi syarat dan dinyatakan valid dan pengujian untuk *Factor loading* akan dilanjutkan dalam *Actual Test*.

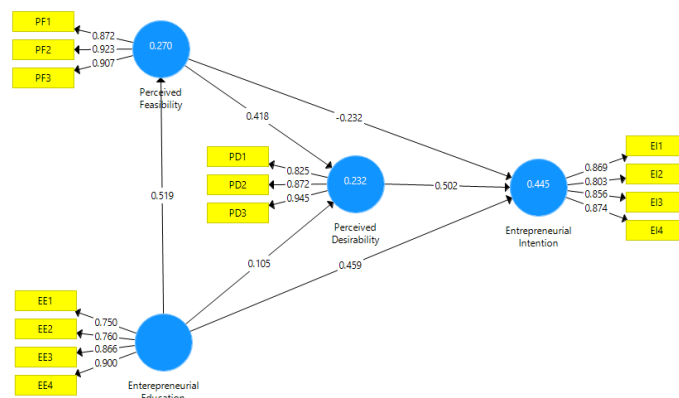
Demikian halnya uji validitas berdasarkan nilai *Average Variance Extracted (AVE)*. Menurut *Rule of Thumb*, semua variabel yang digunakan dalam penelitian harus melebihi nilai 0,50 kesimpulan yang dihasilkan adalah bahwa empat variabel yang digunakan dalam penelitian dinyatakan valid.

Goodness of the data

Nilai *Heteroit-Monotrait Ratio of Correlation (HTMT)* yang ditemukan dalam penelitian ini berada di bawah ambang batas 0,90 menurut Hair et al. (2019). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa setiap variabel dianggap memenuhi *rule of thumb* dan valid. Pengujian reliabilitas dilakukan untuk mengetahui seberapa konsisten indikator dari masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian. Untuk menguji konsistensi indikator *composite reliability* dan *cronbach's alpha* dinilai valid. Nilai *composite reliability* dan *cronbach's alpha* melebihi 0.70, yang menunjukkan bahwa indikator memenuhi ukuran reliabilitas (Hair et al., 2017). Hasil uji pre-test menunjukkan bahwa empat variabel penelitian memiliki nilai *cronbach's alpha* yang melebihi 0.70, menunjukkan dapat dianggap sebagai valid.

Gambar Outer Model

Berikut ini adalah gambar ilustrasi *outer model* yang peneliti buat menggunakan SmartPLS versi 3.



Gambar 2 Outer Model Penelitian pre-test

Sumber: Olah Data SmartPLS 3(2025)

Gambar tersebut menunjukkan nilai R^2 menjelaskan 44,5% variabilitas pada *Entrepreneurial Intention*, 27% pada *Perceived Feasibility*, dan 23,2% pada *Perceived Desirability*. Jalur

pengaruh langsung dari *Entrepreneurial Education* ke *Perceived Feasibility* (0.519) dan dari *Perceived Desirability* ke *Entrepreneurial Intention* (0.502) menunjukkan kontribusi yang kuat dan signifikan. Menariknya, *Perceived Feasibility* berpengaruh cukup besar terhadap *Perceived Desirability* (0.418), namun berpengaruh negatif langsung terhadap *Entrepreneurial Intention* (-0.232). Hal ini menunjukkan bahwa *Perceived Desirability* menjadi jalur penting dalam menjembatani pengaruh tidak langsung dari pendidikan dan persepsi kelayakan terhadap intensi berwirausaha.

Statistik inferensial

Hasil dari penyebaran *google form* ini menghasilkan 140 responden yang kembali. Responden adalah mahasiswa universitas yang telah mendapat pendidikan wirausaha. Profil responden juga tertera pada bagian awal kuesioner untuk memperoleh data diri responden secara umum dan singkat seperti jenis kelamin, usia, dan latar belakang keluarga.

Dari 140 data yang dikumpulkan, 113 responden pria (87%) dan 27 responden perempuan (13%). Jumlah responden menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah pria. Berdasarkan usia responden, terdapat 129 responden (92%) dengan usia 20 sampai 23 tahun, 10 responden (7%) dengan usia 24 sampai 27 tahun dan 1 responden (1%) dengan usia berada di atas 27 tahun. Dari hasil responden ini dapat dikatakan bahwa mayoritas pengisi kuesioner ini mayoritas adalah usia 20 sampai 23 tahun. Latar belakang keluarga sebagai wirausaha atau pengusaha terdapat 129 responden (92%) dan 11 responden (8%) yang tidak memiliki latar belakang keluarga sebagai pengusaha. Dari data ini, terdapat mayoritas responden dari latar keluarga wirausaha atau pengusaha.

Hasil Studi Aktual

Uji validitas diuji sebagai salah satu cara untuk mengetahui data konstruk sudah valid atau tidak. Uji validitas konvergen dievaluasi berdasarkan *loading factor* dan *Average Variance Extracted (AVE)*.

Tabel 2 Validitas Konvergen *Loading Factor Actual-Test*

	Enterepreneurial Education	Entrepreneurial Intention	Perceived Desirability	Perceived Feasibility
EE1	0.757			
EE2	0.827			
EE3	0.890			
EE4	0.887			
EI1		0.835		
EI2		0.857		
EI3		0.876		
EI4		0.836		
PD1			0.826	
PD2			0.890	
PD3			0.887	
PF1				0.863
PF2				0.858
PF3				0.916

Sumber: Olah Data SmartPLS 3(2023)

Hasil uji validitas konvergen ditunjukkan dalam tabel nilai faktor pengisian di atas 0,5. Nilai ini memenuhi persyaratan Hair et al. (2017), yaitu memenuhi *Rule of Thumb* dengan nilai di atas 0,5. Demikian, semua indikator dianggap valid dan tidak ada yang perlu dihilangkan.

Tabel 3 Validitas Konvergen *Average variance extracted Actual-Test*

Variabel	<i>Average variance extracted (AVE)</i>	<i>Rule of Thumb</i>	Evaluasi Model
Enterepreneurial Education	0.709	>0.50	Valid
Entrepreneurial Intention	0.724		Valid
Perceived Desirability	0.754		Valid
Perceived Feasibility	0.773		Valid

Sumber: Olah Data SmartPLS 3(2023)

Hasil uji validitas konvergen ditunjukkan dalam Tabel 3 berdasarkan nilai *Average Variance Extracted (AVE)* di atas 0,5. Nilai ini memenuhi persyaratan Hair et al. (2017), yaitu memenuhi *Rule of Thumb* dengan nilai *AVE* di atas 0,5. Demikian, semua indikator dianggap valid dan dapat dilanjutkan ke penelitian berikutnya.

Uji Validitas Diskriminan *Actual-Test*

Validitas diskriminan akan peneliti evaluasi dengan menguji nilai *Heteroit-Monotrait Ratio of Correlation (HTMT)*.

Tabel 4 Validitas Diskriminan *HTMT Actual-Test*

	Enterepreneurial Education	Entrepreneurial Intention	Perceived Desirability	Perceived Feasibility
EE				
EI	0.761			
PD	0.809	0.810		
PF	0.651	0.811	0.637	

Sumber: Olah Data SmartPLS 3(2025)

Semua variabel memiliki nilai *HTMT* di bawah ambang batas 0,90 dianggap valid berdasarkan aturan praktis yang diusulkan oleh Hair et al. (2019).

Uji Reliabilitas *Actual-Test*

Uji reliabilitas akan peneliti evaluasi dengan menguji nilai *Cronbach's alpha* dan *composite reliability*.

Tabel 5 Reliabilitas *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability Actual-Test*

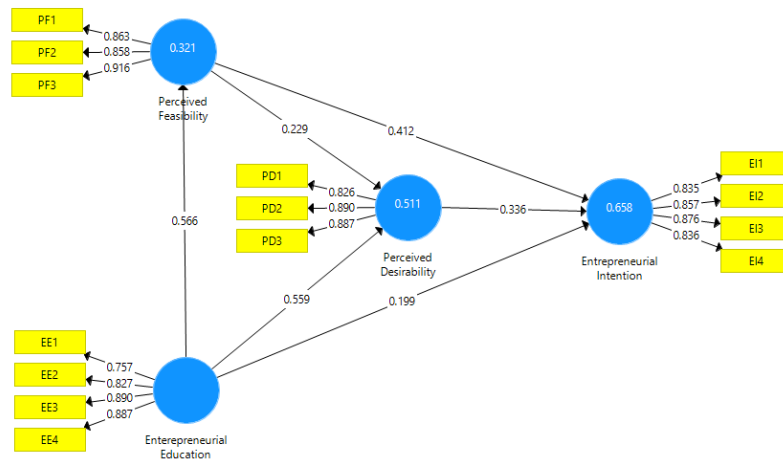
	<i>Cronbach's alpha</i>	<i>Composite reliability</i>
Enterepreneurial Education	0.862	0.907
Entrepreneurial Intention	0.873	0.913
Perceived Desirability	0.836	0.902
Perceived Feasibility	0.854	0.911

Sumber: Olah Data SmartPLS 3(2025)

Tabel 5 memuat hasil nilai *cronbach's alpha* dan *composite reliability* berada di atas 0,70. Nilai-nilai ini memenuhi aturan praktis yang mengharapkan nilai minimum *cronbach's alpha* sebesar 0,70 dan nilai *composite reliability* sebesar 0,70, sesuai dengan pedoman yang diberikan oleh Hair et al. (2017). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa teori yang telah ditetapkan mendukung semua variabel penelitian aktual.

Gambar Outer Model

Berikut ini adalah gambar ilustrasi *outer model actual* yang peneliti buat menggunakan *SmartPLS* versi 3.



Gambar 3 *Outer Model* Penelitian
 Sumber: Olah Data SmartPLS 3(2025)

Uji Multikolinearitas Actual-Test

Variance inflation factor (VIF) dalam penelitian ini ditentukan untuk menentukan nilai bias.

Tabel 6 Multikolinearitas *VIF Outer Actual-Test*

	EE1	EE 2	EE3	EE4	EI1	EI2	EI3	EI4	PD1	PD2	PD3	PF1	PF2	PF3
VIF	1.63	1.93	2.95	2.94	2.40	2.16	2.79	1.98	1.71	2.14	2.23	2.15	1.92	2.50

Sumber: Olah Data SmartPLS 3(2025)

Peneliti akan memberikan data *inner model VIF* dan *Outer model VIF*. Pada tabel menunjukkan bahwa ini menunjukkan bahwa tidak ada bias atau multikolinearitas dalam penelitian ini. Selanjutnya, pengujian Common Method Bias dilakukan untuk mengukur model struktural dengan nilai inner VIF di bawah 5. Nilai inner VIF seluruh indikator berada di bawah 5, seperti yang ditunjukkan dalam tabel berikut.

Tabel 7 Multikolinearitas *VIF Inner Actual-Test*

	EE	EI	PD	PF
EE		2.112	1.472	1.000
EI				
PD		2.044		
PF		1.580	1.472	

Sumber: Olah Data SmartPLS 3(2025)

Uji Koefisien Determinasi Actual-Test

Nilai koefisien R^2 berdasarkan *rule of thumb* adalah 0.19 (lemah), 0.33 (sedang), dan 0.67 (kuat). Di sisi lain, nilai Q^2 yang diantisipasi dari prosedur *blindfolding* menunjukkan seberapa akurat model jalur dapat memperkirakan nilai pengamatan pertama (Hair et al., 2017). Rule of thumb untuk Q^2 adalah > 0 . Jika nilainya kurang dari 0, maka model tidak memiliki relevansi prediktor.

Tabel 8 Koefisien Determinasi R^2 Actual-Test

	Variabel	Nilai	Rule of Thumb	Evaluasi Model
R^2	<i>Entrepreneurial Intention</i>	0.658	0.19 Lemah	Sedang
			0.33 Sedang	
			0.67 Kuat	
	<i>Perceived Desirability</i>	0.511	0.19 Lemah	Sedang
			0.33 Sedang	
			0.67 Kuat	
	<i>Perceived Feasibility</i>	0.321	0.19 Lemah	Lemah
			0.33 Sedang	
			0.67 Kuat	

Sumber: Olah Data SmartPLS 3(2025)

Hair et al., (2017) menyatakan bahwa nilai koefisien Q^2 memiliki prediksi tinggi apabila melewati nilai 0.35. Dari hasil evaluasi pada tabel nilai koefisien Q^2 yang didapatkan, ketiga variabel dependen di bawah ini memiliki nilai prediktif yang relevan dengan menunjukan EI dan PD memiliki angka di atas 0.35 yang sesuai acuan sudah memiliki relevansi yang tinggi. Demikian variabel PF masih 0,384 diatas 0,35. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel memiliki nilai prediksi yang relevan.

Tabel 9 Koefisien Determinasi Q^2 Actual-Test

	Variabel	Nilai	Rule of Thumb	Evaluasi Model
Q^2	<i>Entrepreneurial Intention</i>	0.467	>0.35	Relevan
	<i>Perceived Desirability</i>	0.374		Relevan
	<i>Perceived Feasibility</i>	0.384		Relevan

Sumber: Olah Data SmartPLS 3(2025)

Uji Path Coefficient Actual-Test

Hipotesis dinyatakan signifikan secara statistik menurut *Rule of Thumb* dengan nilai $T > 1.645$ dan nilai $P < 0.05$. Ini digunakan sebagai pedoman untuk menilai hipotesis dalam penelitian ini. Hipotesis diterima jika nilai t-statistik melebihi 1.645 atau nilai *p-values* kurang dari 0,05, dan ditolak jika nilai t-statistik kurang dari 1.645 atau nilai *p-values* lebih dari 0,05.

Tabel 10 Path-Coefficient Actual-Test

Hipotesis	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values	Keterangan
H1.	0.199	0.189	0.102	1.955	0.026	Diterima
H2.	0.559	0.568	0.075	7.446	0.000	Diterima
H3.	0.566	0.571	0.074	7.689	0.000	Diterima
H4a.	0.336	0.344	0.113	2.974	0.002	Diterima
H4b.	0.412	0.415	0.068	6.030	0.000	Diterima
H4c.	0.229	0.224	0.076	3.037	0.001	Diterima

Sumber: Olah Data SmartPLS 3(2025)

H1: *Perceived desirability* memiliki dampak positif terhadap *entrepreneurial intention*

Nilai *T-statistik* adalah 1.955, yang berarti lebih besar dari 1.645, dan nilai *P-Values* menunjukkan hasil 0.026, yang lebih kecil dari 0.05. Dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa faktor *perceived desirability* terhadap *entrepreneurial intention* diterima dan mengarah ke arah yang positif.

H2: *Perceived feasibility* memiliki dampak positif terhadap *entrepreneurial intention*

Nilai *T-statistik* adalah 7.446, yang berarti lebih besar dari 1.645, dan nilai *P-Values* menunjukkan hasil 0.000, yang lebih kecil dari 0.05. Dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa faktor *perceived feasibility* terhadap *entrepreneurial intention* diterima dan mengarah ke arah yang positif.

H3: *Perceived feasibility* memiliki dampak positif terhadap *perceived desirability*

Nilai *T-statistik* adalah 7.689, yang berarti lebih besar dari 1.645, dan nilai *P-Values* menunjukkan hasil 0.000, yang lebih kecil dari 0.05. Dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa faktor *perceived feasibility* terhadap *perceived desirability* diterima dan mengarah ke arah yang positif.

H4a: *Entrepreneurship Education* memiliki dampak positif terhadap *perceived desirability*

Nilai *T-statistik* adalah 2.974, yang berarti lebih besar dari 1.645, dan nilai *P-Values* menunjukkan hasil 0.002, yang lebih kecil dari 0.05. Dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa faktor *entrepreneurship education* terhadap *perceived desirability* diterima dan mengarah ke arah yang positif.

H4b: *Entrepreneurship Education* memiliki dampak positif terhadap *perceived feasibility*

Nilai *T-statistik* adalah 6.030, yang berarti lebih besar dari 1.645, dan nilai *P-Values* menunjukkan hasil 0.000, yang lebih kecil dari 0.05. Dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa faktor *entrepreneurship education* terhadap *perceived feasibility* diterima dan mengarah ke arah yang positif.

H4c: *Entrepreneurship Education* memiliki dampak positif terhadap *entrepreneurial intention*

Nilai *T-statistik* adalah 3.037, yang berarti lebih besar dari 1.645, dan nilai *P-Values* menunjukkan hasil 0.001, yang lebih kecil dari 0.05. Dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa faktor *entrepreneurship education* terhadap *entrepreneurial intention* diterima dan mengarah ke arah yang positif.

Specific Indirect Effects

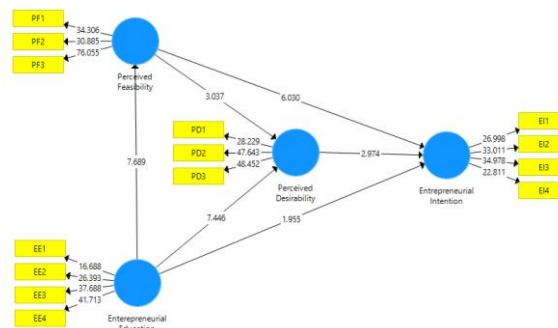
Tabel 11 *Specific indirect effects actual-test*

Hipotesis	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values	Keterangan
EE → PD → EI	0.188	0.195	0.067	2.808	0.003	Diterima
PF → PD → EI	0.077	0.079	0.040	1.923	0.028	Diterima
EE → PF → PD → EI	0.044	0.045	0.024	1.783	0.038	Diterima
EE → PF → EI	0.233	0.237	0.049	4.727	0.000	Diterima
EE → PF → PD	0.130	0.128	0.048	2.728	0.003	Diterima

Sumber: Olah Data SmartPLS 3(2025)

Gambar tersebut menunjukkan jalur langsung dari EE ke EI terlihat sebesar 1.955, sementara jalur tidak langsung melalui PF (7.689 → 3.037) dan PD (7.446 → 2.974) juga signifikan, menunjukkan bahwa PF dan PD secara parsial memediasi hubungan tersebut. Nilai-nilai pada panah menunjukkan koefisien jalur (path coefficient) yang mengindikasikan kekuatan pengaruh antar variabel. Hasil ini memperkuat asumsi bahwa pendidikan kewirausahaan meningkatkan niat berwirausaha tidak hanya secara langsung, tetapi juga melalui persepsi kelayakan dan keinginan terhadap aktivitas kewirausahaan.

Gambar Inner Model



Gambar 4 Inner Model Penelitian
 Sumber: Olah Data SmartPLS 3(2025)

Gambar ini menggambarkan model konseptual berbasis Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) yang mengevaluasi peran Perceived Feasibility (PF) dan Perceived Desirability (PD) sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara Entrepreneurial Education (EE) dan Entrepreneurial Intention (EI). Jalur dari EE ke EI sebesar 1.955 menunjukkan pengaruh langsung, namun terdapat juga jalur tidak langsung yang lebih kuat melalui PF (EE → PF = 7.689; PF → EI = 3.037) dan PD (EE → PD = 7.446; PD → EI = 2.974). Ini menunjukkan bahwa Perceived Feasibility dan Perceived Desirability berperan penting sebagai mediator, memperkuat hubungan antara pendidikan

kewirausahaan dan niat untuk berwirausaha. Dengan kata lain, semakin tinggi persepsi kelayakan dan keinginan seseorang terhadap kegiatan kewirausahaan, semakin kuat pengaruh pendidikan kewirausahaan dalam membentuk intensi tersebut. Hal ini mendukung pentingnya peran persepsi pribadi dalam mengubah pendidikan menjadi niat nyata untuk berwirausaha.

5. KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan analisis data yang telah peneliti lakukan dengan *software Smart PLS 3* terdapat hasil enam hipotesis yang didukung dan untuk variabel mediasi yang efeknya dapat dilihat pada bagian *indirect effects* juga memberikan hasil yang mendukung dan positif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa dampak pendidikan kewirausahaan pada mahasiswa terhadap niat berwirausaha yang menggunakan mediasi *perceived desirability* dan *perceived feasibility*. Dari pemahaman ini, peneliti berharap penelitian ini dapat memberikan pengetahuan lebih lanjut mengenai pendidikan kewirausahaan, *perceived desirability*, *perceived feasibility* dan niat untuk berwirausaha. Berikut ini merupakan hasil kesimpulan pengujian hipotesis pada penelitian ini:

H1: *Perceived desirability* memiliki pengaruh positif terhadap *entrepreneurial intention*
Perceived desirability memiliki pengaruh positif terhadap *entrepreneurial intention*. Nilai *T-statistik* adalah 1.955, yang berarti lebih besar dari 1.645, dan nilai *P* menunjukkan hasil 0.026, yang lebih kecil dari 0.05. Kemudian untuk *original sampel* menunjukkan nilai 0.199

H2: *Perceived feasibility* memiliki pengaruh positif terhadap *entrepreneurial intention*
Perceived desirability memiliki pengaruh positif terhadap *entrepreneurial intention*. Nilai *T-statistik* adalah 7.446, yang berarti lebih besar dari 1.645, dan nilai *P* menunjukkan hasil 0.000, yang lebih kecil dari 0.05. Kemudian untuk *original sampel* menunjukkan nilai 0.559

H3: *Perceived feasibility* memiliki pengaruh positif terhadap *perceived desirability*
Perceived desirability memiliki pengaruh positif terhadap *entrepreneurial intention*. Nilai *T-statistik* adalah 7.689, yang berarti lebih besar dari 1.645, dan nilai *P* menunjukkan hasil 0.000, yang lebih kecil dari 0.05. Kemudian untuk *original sampel* menunjukkan nilai 0.566

H4a: *Entrepreneurship Education* memiliki pengaruh positif terhadap *perceived desirability*
Perceived desirability memiliki pengaruh positif terhadap *entrepreneurial intention*. Nilai *T-statistik* adalah 2.974, yang berarti lebih besar dari 1.645, dan nilai *P* menunjukkan hasil 0.002, yang lebih kecil dari 0.05. Kemudian untuk *original sampel* menunjukkan nilai 0.336

H4b: *Entrepreneurship Education* memiliki pengaruh positif terhadap *perceived feasibility*
Perceived desirability memiliki pengaruh positif terhadap *entrepreneurial intention*. Nilai *T-statistik* adalah 6.030, yang berarti lebih besar dari 1.645, dan nilai *P* menunjukkan hasil 0.000, yang lebih kecil dari 0.05. Kemudian untuk *original sampel* menunjukkan nilai 0.412

H4c: *Entrepreneurship Education* memiliki pengaruh positif terhadap *entrepreneurial intention*

Perceived desirability memiliki pengaruh positif terhadap *entrepreneurial intention*. Nilai *T-statistik* adalah 3.037, yang berarti lebih besar dari 1.645, dan nilai *P* menunjukkan hasil 0.001, yang lebih kecil dari 0.05. Kemudian untuk *original sampel* menunjukkan nilai 0.229

5.2 Implikasi

Penelitian ini merujuk pada studi Trung Thanh Le et al. (2021) dan menunjukkan bahwa tanpa variabel moderasi sekalipun, *entrepreneurial education*, *perceived feasibility*, dan *perceived desirability* tetap berpengaruh positif terhadap *entrepreneurial intention*. Hasil ini menegaskan

pentingnya pendidikan kewirausahaan dalam membentuk niat berwirausaha, khususnya melalui penguatan persepsi kemampuan dan keinginan individu. Implikasi manajerialnya, institusi pendidikan perlu mendukung pengembangan niat dan kesiapan berwirausaha melalui program-program terstruktur, karena hal ini tidak hanya membentuk niat, tetapi juga membangun rasa percaya diri dan kesiapan individu dalam memulai usaha.

DAFTAR PUSTAKA

Afifah, A. Y., Kurjono, K., & Muntashofi, B. (2020). Pengaruh Perceived Desirability, Perceived Feasibility, dan Propensity to Act Terhadap Intensi Berwirausaha. *Jurnal Inovasi Pendidikan Ekonomi (JIPE)*, 10(2), 144. <https://doi.org/10.24036/011103250>

Ajzen, I. (2012). The theory of planned behavior. *Handbook of Theories of Social Psychology: Volume 1*, (July), 438–459. <https://doi.org/10.4135/9781446249215.n22>

Angkoso, P., HM Hermansyur, & Rizky Putra. (2022). Pengaruh Sikap Pribadi, Norma Sosial, Efikasi Diri, dan Sikap Terhadap Perilaku Mahasiswa Terhadap Minat Wirausaha Yang Dimoderasi Pendidikan Kewirausahaan (Studi Kasus: Mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Harapan Medan). *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ilmu Ekonomi (Jasmien)*, 2(02), 60–69. <https://doi.org/10.54209/jasmien.v2i02.87>

Astiana, M., Malinda, M., Nurbasari, A., & Margaretha, M. (2022). Entrepreneurship Education Increases Entrepreneurial Intention among Undergraduate Students. *European Journal of Educational Research*, 11(2), 995–1008. <https://doi.org/10.12973/eu-jer.11.2.995>

Chandra, R. A., & Budiono, H. (2019). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Niat Berwirausaha Yang Dimediasi Efikasi Diri Mahasiswa Manajemen. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 1(4), 645. <https://doi.org/10.24912/jmk.v1i4.6542>

Fatahillah, A. R., & Ranto, D. W. P. (2020). Niat berwirausaha pada mahasiswa manajemen administrasi. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 7(1), 43–54.

Febrinda, N. F., & Nugraha, J. (2022). Pengaruh Entrepreneurship Attitude, Perceived Desirability dan Entrepreneurship Education Terhadap Entrepreneurship Intention pada Siswa Sekolah Menengah Kejuruan. *Optimal: Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 15(1), 58–75. <https://doi.org/10.33558/optimal.v15i1.2769>

Fernanda, R., & Ibrahim, R. (2022). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan terhadap Niat Berwirausaha yang Dimediasi oleh Motivasi dan Sikap Pada Mahasiswa S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Syiah Kuala Angkatan 2016. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 7(1), 218–240.

Hadi, A. S., & Hadi, A. S. (2024). Moderator Dalam Kerangka Kerja Kewirausahaan. 10(1), 71–85.

Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Evaluation of Formative Measurement Models*. https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7_5

Halim, D., & Rodhiah, R. (2024). Faktor Penentu Niat Berwirausaha pada Mahasiswa. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 6(3), 672–680. <https://doi.org/10.24912/jmk.v6i3.31600>

Halim, J. N., & Nuringsih, K. (2021). Kreativitas, Sikap Terhadap Kewirausahaan, Orientasi Kewirausahaan Untuk Memprediksi Niat Berwirausaha Pada Mahasiswa Universitas Tarumanagara. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(4), 1029. <https://doi.org/10.24912/jmk.v3i4.13476>

Haliman, Y. (2023). Analisis Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Niat Berwirausaha yang Dimediasi oleh Pola Pikir Kewirausahaan. *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, 7(1), 217–226. <https://doi.org/10.29408/jpek.v7i1.12362>

Hartika, N., Mulyadi, H., Sobandi, A., & Purnamasari, I. (2023). Analisis Niat Berwirausaha dalam Proses Pendidikan Kewirausahaan dari Perspektif Theory of Planned Behavior. *Journal of Business Management Education (JBME)*, 8(September), 38–47.

Hasan, H. A. (2020). Pendidikan Kewirausahaan: Konsep, Karakteristik Dan Implikasi Dalam Memandirikan Generasi Muda. *JURNAL PILAR: Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, Volume 11(1), 99–111.

Hidayat, R. A., & Bagasworo, W. (2022). Pengaruh Sikap, Norma Subjektif Dan Efikasi Diri Terhadap Niat Berwirausaha Studi Pada Lulusan Perguruan Tinggi 2019 Di DKI Jakarta. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Perbankan (Journal of Economics, Management and Banking)*, 6(3), 132. <https://doi.org/10.35384/jemp.v6i3.236>

Iakovleva, T., & Kolvereid, L. (2019). An integrated model of entrepreneurial intentions. *International Journal of Business and Globalisation*, 3(1), 66–80. <https://doi.org/10.1504/IJBG.2009.021632>

Jennie Elfving, Malin Brännback, & Alan Carsrud. (2020). Understanding the Entrepreneurial Mind. *Understanding the Entrepreneurial Mind*. <https://doi.org/10.1007/978-1-4419-0443-0>

Khamimah, W. (2021). Peran Kewirausahaan Dalam Memajukan Perekonomian Indonesia. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 4(3), 2017. <https://doi.org/10.32493/dr.b.v4i3.9676>

Khuyen, N. T., Thanh, L. C., Tan, H. K., & Ghi, T. N. (2023). The role of perceived feasibility and perceived desirability on entrepreneurial behaviour through goal and implementation intentions of students in Southeast Vietnam. *Nurture*, 17(4), 516–527. <https://doi.org/10.55951/NURTURE.V17I4.390>

Komaria, T., Hindrayani, A., & Octoria, D. (2023). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha yang Dimediasi oleh Pola Pikir Kewirausahaan pada Siswa SMK YPE Sawunggalih Kutoarjo. *Journal on Education*, 6(1), 9548–9563.

Le, T. T., Nguyen, T. H., Ha, S. T., Nguyen, Q. K., Tran, N. M., & Duong, C. D. (2023). The effect of entrepreneurial education on entrepreneurial intention among master students: prior self-employment experience as a moderator. *Central European Management Journal*, 31(1), 30–47. <https://doi.org/10.1108/CEMJ-10-2021-0116>

Nabi, G., Walmsley, A., Liñán, F., Akhtar, I., & Neame, C. (2018). Does entrepreneurship

education in the first year of higher education develop entrepreneurial intentions? The role of learning and inspiration. *Studies in Higher Education*, 43(3), 452–467. <https://doi.org/10.1080/03075079.2016.1177716>

Noventa, O. C., & Dewangga, D. P. (2024). *Kepribadian Proaktif dan Niat Berwirausaha Mahasiswa : Dampak Dukungan Akademik dan Pendidikan Kewirausahaan bagi Generasi Z*. (November 2024).

Nurhayani, U., Silalahi, S. A., Nurwendari, W., & Herliani, R. (2024). *The Effect of Perceived Desirability, Perceived Feasibility, and Propensity to Act on the Entrepreneurial Intention of Accounting Education Students at Universitas Negeri Medan*. <https://doi.org/10.4108/eai.17-9-2024.2352877>

Pattiasina, V., & Iswati, S. (2024). Peran Bumh Di Wilayah Papua Perspektif Kritis. *E-Jurnal Akuntansi*, 34(4), 889. <https://doi.org/10.24843/eja.2024.v34.i04.p04>

Pertiwi, I. A., & Agustina, T. S. (2019). Latar Belakang Keluarga Wirausaha dan Niat untuk Berwirausaha. *Prosiding FRIMA (Festival Riset Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi)*, 6681(2), 578–590. <https://doi.org/10.55916/frima.v0i2.84>

Prihandani, F. H., Nurlatifah, H. A., & Nuriansyah, F. (2024). Pengaruh Perceived Desirability Dan Perceived Feasibility Terhadap Intensi Berwirausaha. *Edunomic Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 12(1), 66–75. <https://doi.org/10.33603/ejpe.v12i1.36>

Rukhmana, T. (2021). Jurnal Edu Research Indonesian Institute For Corporate Learning And Studies (IICLS) Page 25. *Jurnal Edu Research : Indonesian Institute For Corporate Learning And Studies (IICLS)*, 2(2), 28–33.

Saputra, A., & Puspitowati, I. (2021). Pengaruh Perceived Entrepreneurial Feasibility Dan Attitude Terhadap Niat Kewirausahaan Yang Berorientasi Berkelanjutan. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(2), 298. <https://doi.org/10.24912/jmk.v3i2.11873>

Sekaran, U., & Bougie, R. (2020). Research methods for business. *Journal of Physics A: Mathematical and Theoretical*, Vol. 44, p. 488.

Setiawan, I., Mulyati, S., Suhartini, C., & Suseno, B. (2024). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Dan Literasi Ekonomi Terhadap Niat Berwirausaha Mahasiswa: Efikasi Diri Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Indonesia*, 9(1), 64–72.

Sindi Noviyati, Corry Yohana, & Nadya Fadillah Fidyallah. (2023). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Niat Berwirausaha: Pendidikan Kewirausahaan, Lingkungan Keluarga, dan Efikasi Diri. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 4(1), 146–159. <https://doi.org/10.21009/jbmk.0401.11>

Sulistyorini, Y., & Santoso, B. (2021). Entrepreneurial Knowledge on Entrepreneurial Intention: The Mediating of Perceived Desirability and Perceived Feasibility. *BASKARA : Journal of Business and Entrepreneurship*, 3(2), 93–101.

<https://doi.org/10.54268/baskara.3.2.93-10>