

Family Background Memoderasi Social Norms Terhadap Entrepreneurial Intention

Neng Sri Nuraeni^{1*}, Disman², Eeng Ahman³, Kusnendi⁴

^{1, 2, 3, 4}Universitas Pendidikan Indonesia, Indonesia

¹nengsrinuraeni@upi.edu, ²disman@upi.edu, ³eengahman@upi.edu, ⁴Kusnendi@upi.edu

*Penulis Korespondensi

Abstract

The purpose of this research is to examines the role of family background in moderating the relationship between social norms and entrepreneurial intention. The method used in this research is the explanatory survey method. Testing of the conditional process model in this study uses path analysis based on OLS (Ordinary Least Square) regression and the bootstrap method uses statistical tools SPSS version 23 and PROCESS version 3.4 by Andrew F. Hayes, the 1st model. This test is performed to measure the direct effect and indirect effect, as well as the total effect of the effect of the independent variable on the dependent variable. The results of the study state that social norms have a positive and significant effect on entrepreneurial intention. Meanwhile, family background has no positive and significant effect on entrepreneurial intention. Family background effectively moderates the relationship between social norms and entrepreneurial intention.

Keywords: family background, social norms, entrepreneurial intention

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji peran family background dalam memoderasi hubungan social norms terhadap entrepreneurial intention. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Metode explanatory survei. Pengujian model conditional process pada penelitian ini menggunakan path analysis berbasis regresi OLS (Ordinary Least Square) dan metode bootstrap memakai alat statistik SPSS versi 23 dan PROCESS versi 3.4 by Andrew F. Hayes model ke-1. Pengujian ini dilakukan untuk mengukur direct effect (pengaruh langsung), dan indirect effect (pengaruh tidak langsung), serta total effect (pengaruh total) pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil Penelitian menyatakan bahwa social norms berpengaruh positif dan signifikan terhadap entrepreneurial Intention. Sedangkan family background tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap entrepreneurial Intention. Family background efektif memoderasi hubungan social norms terhadap entrepreneurial intention.

Kata kunci: latar belakang keluarga, norma sosial, intensi kewirausahaan

Cara Mengutip:

Nuraeni, N. S., Disman., Ahman, E., & Kusnendi. (2021). Family Background Memoderasi Social Norms Terhadap Entrepreneurial Intention. *Esensi: Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 11(1), 119–126. <https://doi.org/10.15408/ess.v11i1.20829>.

PENDAHULUAN

Indonesia sebagai salah satu negara yang berada di urutan keempat di dunia dengan jumlah penduduk terbanyak, memiliki jumlah wirausaha yang sedikit dibandingkan dengan jumlah populasinya. Menurut Badan Pusat Statistik, disampaikan bahwa jumlah penduduk Indonesia pada tahun 2020 mencapai 274 Juta penduduk dengan laju pertumbuhan penduduk mencapai 1,19% dari 5 tahun sebelumnya. Menurut McClelland dalam Margahana & Triyanto (2019), suatu negara hanya akan mencapai tingkat kemakmuran apabila jumlah wirausahawannya paling sedikit 2% dari total jumlah penduduknya.

Berdasarkan data Global Entrepreneurship Index 2018, dari 137 negara, Indonesia berada di peringkat 94 dalam hal kewirausahaan. Posisi tersebut masih tertinggal dibandingkan beberapa negara di Asia Tenggara lainnya. Sebab, Vietnam berada di urutan ke 87, Filipina di posisi 76, Thailand di 71, Malaysia peringkat 58, Brunei Darussalam di 53, serta Singapura berada di urutan ke 27. Masih sedikitnya wirausaha di Indonesia disebabkan oleh banyak faktor, diantaranya adalah pola pikir masyarakat yang masih kuno, kurangnya motivasi untuk maju, kurangnya keberanian dalam mengambil resiko dan kurang ditanamkannya jiwa kewirausahaan sejak dini. Padahal Semakin banyaknya wirausaha maka akan berdampak pada pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan pekerjaan dan juga meningkatkan pendapatan nasional suatu negara.

Keinginan seseorang untuk melakukan usaha disebut juga Intensi (niat berwirausaha). Intensi kewirausahaan masyarakat yang rendah menjadi tanggung jawab bersama baik pemerintah maupun masyarakat itu sendiri, kontribusi yang diberikan dunia pendidikan menjadi sangat penting untuk meningkatkan niat masyarakat untuk berwirausaha karena proses pembentukan sikap dan kompetensi ada pada dunia pendidikan. Seseorang dengan intensi untuk memulai usaha akan memiliki kesiapan dan kemajuan yang lebih baik dalam usaha yang dijalankan dibandingkan seseorang tanpa intensi untuk memulai usaha. Seperti yang dinyatakan oleh Chrismardani (2016) intensi telah terbukti menjadi prediktor yang terbaik bagi perilaku kewirausahaan. Oleh karena itu, intensi dapat dijadikan sebagai pendekatan dasar yang masuk akal untuk memahami siapa-siapa yang akan menjadi wirausaha.

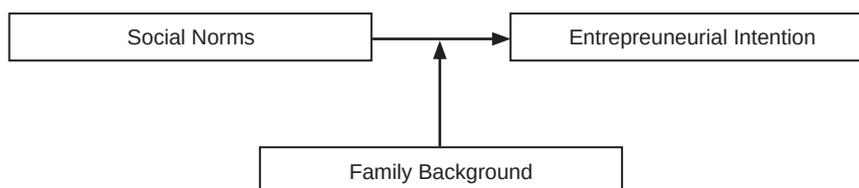
Faktor pendukung yang signifikan terhadap intensi wirausaha di kalangan siswa adalah pengaruh latar belakang keluarga, kepribadian, dan efikasi diri (Bullough dkk., 2014). Latar belakang keluarga memainkan peran penting dalam mempengaruhi niat anak sehingga anak memiliki preferensi yang kuat untuk berwirausaha. Linan (2004) membangun model yang kemudian dinamakan "*Entrepreneurial Intention-based Models*". Model ini dirancang untuk mendeteksi intensi kewirausahaan dengan menggunakan pendekatan pendidikan. Model ini merupakan gabungan dan modifikasi dari dua teori yang relatif telah mapan, yaitu *Theory of Planned Behavior (TPB)* yang dikemukakan oleh Ajzen (1991) dan *Theory of Entrepreneurial Event (TEE)* yang disampaikan Shapero & Sokol (1982). Linan (2004) menyimpulkan bahwa intensi kewirausahaan mahasiswa dipengaruhi secara langsung oleh sikapnya terhadap kewirausahaan, persepsi tentang norma-norma sosial yang diyakininya, dan efikasi dirinya. Ketiga hal ini terbentuk berdasarkan pengetahuan yang dimilikinya tentang kewirausahaan yang merupakan hasil dari suatu proses pembelajaran yang didesain oleh guru. Menurut Hisrich dkk. (2008) berbagai latar belakang dan karakteristik individu dapat mempengaruhi intensi wirausaha.

Memiliki seorang ibu dan ayah yang berwirausaha memberikan inspirasi kepada anak untuk menjadi wirausahawan. Fleksibilitas dan kemandirian dari wirausahawan telah mendarah daging pada anak sejak dini. Anak terinspirasi untuk berwirausaha karena melihat kesungguhan dan kerja keras ayah dan ibunya. Anak juga terinspirasi karena memang dilatih sejak kecil, dimintai bantuan mulai dari pekerjaan yang ringan atau mudah sampai yang rumit dan kompleks. Terlatih dan terinspirasinya sehingga mempengaruhi minatnya dalam berwirausaha. Melalui keluarga pola pikir kewirausahaan terbentuk.

Menurut Alma (2010) Pekerjaan orang tua sering kali terlihat bahwa ada pengaruh dari orang tua yang bekerja sendiri dan membuka usaha sendiri maka cenderung anaknya akan menjadi pengusaha. Penelitian tentang intensi dan hubungannya dengan *family background* pernah dilakukan oleh Georgescu & Herman (2020), Arifin & Ziyad (2018) dan Natalita & Slamet (2019). Hasil penelitian menyatakan bahwa *family background* atau latar belakang pekerjaan orangtua mempengaruhi niat siswa untuk melakukan wirausaha. Sedangkan Penelitian yang dilakukan oleh Setyowati (2013) mengemukakan bahwa latar belakang pekerjaan orangtua tidak mempengaruhi intensi berwirausaha. Penelitian mengenai *social norms* dan hubungannya dengan intensi kewirausahaan dilakukan oleh Abbas dkk. (2020) yang menyatakan bahwa *social norms* berpengaruh positif terhadap intensi berwirausaha mahasiswa.

Penelitian ini bertujuan menguji secara langsung dan tidak langsung pengaruh *family background* terhadap intensi berwirausaha, serta menjadikan *family background* sebagai variabel moderator. Berdasarkan beberapa teori diatas dan beberapa hasil penelitian yang relevan, model "*Entrepreneurial Intention-based Models* jika ditambah dengan variabel *family background* sebagai variabel moderator bisa menjadi salah satu pendekatan yang bisa melengkapi pendekatan-pendekatan sebelumnya dalam upaya kita mendeteksi intensi kewirausahaan di Indonesia.

Gambar 1. Paradigma Penelitian



Berdasarkan Gambar 1, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

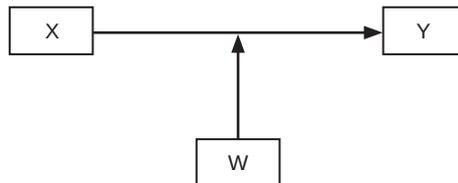
- Ha₁ : Terdapat pengaruh positif *Social Norms* terhadap *Entrepreneurial Intention*
 Ha₂ : Terdapat pengaruh positif *Family Background* terhadap *Entrepreneurial Intention*
 Ha₃ : *Family Background* efektif memoderasi pengaruh *Social Norms* terhadap *Entrepreneurial Intention*

METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Metode *explanatory survei*. Teknik pengumpulan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* (Sugiyono, 2017). Sampel yang dipilih adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang berjumlah 285

orang. Pengujian model *conditional process* pada penelitian ini menggunakan *path analysis* berbasis regresi OLS (*Ordinary Least Square*) dan metode *bootstrap* memakai alat statistik SPSS versi 23 dan PROCESS versi 3.4 model ke-1 (Hayes, 2013). Pengujian ini dilakukan untuk mengukur *direct effect* (pengaruh langsung), dan *indirect effect* (pengaruh tidak langsung), serta *total effect* (pengaruh total) pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Gambar 2 menunjukkan diagram konseptual model ke 1 Hayes.

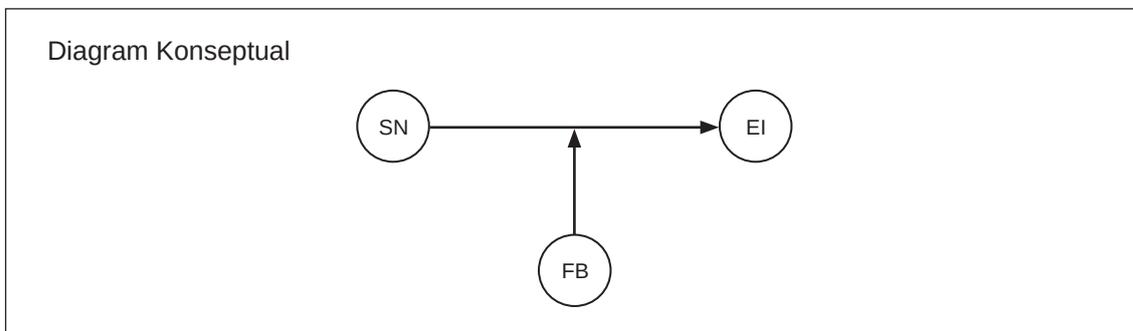
Gambar 2. Diagram Konseptual Model ke 1 Hayes



HASIL DAN PEMBAHASAN

Model *categorical moderation* pada pengaruh *Social Norms* dan *Family Background* Terhadap *Entrepreneurial Intention* dapat dilihat pada Gambar 3. Pada Gambar 3 terlihat bahwa *social norms* akan dilihat pengaruhnya terhadap *entrepreneurial intention* dengan *family background* sebagai variabel moderasinya.

Gambar 3. Model *Categorical Moderation* pada Pengaruh *Social Norms* dan *Family Background* terhadap *Entrepreneurial Intention*



Uji hipotesis model *categorical moderation* pada Pengaruh *Social Norms* dan *Family Background* terhadap *Entrepreneurial Intention* dapat dilihat pada Tabel 1. Berdasarkan Tabel 1 , Hasil uji hipotesa H_1 , kontribusi *Social Norms* terhadap *Entrepreneurial Intention* sebesar 0,7006 dan signifikan pada p-value 5% yang berarti jika *Social Norms* meningkat 100% maka *Entrepreneurial Intention* akan meningkat sebesar 70,06%. Hasil uji hipotesa H_2 , kontribusi *family background* terhadap *entrepreneurial intention* sebesar 0,6562 dan tidak signifikan pada p-value 5% yang berarti *family background* tidak berpengaruh signifikan terhadap *entrepreneurial intention*. Hasil uji hipotesa H_3 , *family background* efektif memoderasi hubungan antara *social norms* dan *entrepreneurial intention* dengan interaksi sebesar 0,0030 dan signifikan pada p-value 5%. yang berarti *family background* memoderasi pengaruh *social norms* terhadap *entrepreneurial intention*.

Tabel 1. Uji Hipotesis Model *Categorical Moderation* pada Pengaruh *Social Norms* dan *Family Background* terhadap *Entrepreneurial Intention*

Hipotesis	Hubungan	Koefisien	p-value	Kesimpulan
H_1	SN →	0,7006	0,0000	H_0 : ditolak H_a : diterima
H_2	FB →	0,6562	0,8847	H_0 : diterima H_a : ditolak
H_3	Int_1 →	0,0030	0,0040	H_0 : ditolak H_a : diterima

Sumber: Olah Data (2021)

Peningkatan variabel *entrepreneurial intention* akibat adanya pengaruh dari variabel bebas (*social norms*, *family background* dan *social norms*family background*), dilihat berdasarkan nilai koefisien regresi dengan persamaan sebagai berikut:

$$EI = k + a_1X_1 \text{ (SN)} + a_2X_2 \text{ (FB)} + a_3X_3 \text{ (SN.FB)} + e$$

Hasil uji regresi berganda model *categorical moderation* pada pengaruh *social norms* dan *family background* terhadap *entrepreneurial intention* terdapat pada Tabel 2.

Tabel 2. Regresi Berganda Model *Categorical Moderation* pada Pengaruh *Social Norms* dan *Family Background* terhadap *Entrepreneurial Intention*

Eksogen (X)	Endogen Y (EI)			
	coeff	se	T	P
constant	6,0902	3,1389	1,9402	0,0534
SN (X)	0,7006	0,0710	9,8625	0,0000
FB (W)	0,6562	4,5196	0,1452	0,8847
Int_1 (SN.FB)	0,0030	0,0693	1,4725	0,0040
R squared		0,3962		
F		61,4666	P	0,0000

Sumber: Olah Data (2021)

Berdasarkan Tabel 2, persamaan regresi yang diperoleh adalah:

$$EI = 6,0902 + 0,7006SN + 4,5196FB + 0,0030 \text{ SN.FB}$$

Berdasarkan persamaan tersebut menunjukkan bahwa variabel *entrepreneurial intention* tidak dipengaruhi oleh variabel bebasnya (*social norms* (SN), *family background* (FB), dan *social norms*family background* (SN.FB) dengan nilai *entrepreneurial intention* adalah 6,0902. Kemudian koefisien regresi variabel *social norms* bernilai 0,7006 dengan arah positif. Maka *social norms* memiliki hubungan yang searah dengan *entrepreneurial intention*. Selanjutnya, koefisien regresi variabel *family background* bernilai 0,6562 dengan arah positif. *Family background* tidak berpengaruh signifikan terhadap *entrepreneurial intention*. Terakhir, nilai p-value variabel *social norms*family background* diatas 0,05 (0,0040) artinya *family background* efektif memoderasi pengaruh *social norms* terhadap *entrepreneurial intention*. Koefisien regresi variabel *social norms*family background* bernilai 0,0030 artinya jika *social norms* meningkat 100% maka *entrepreneurial intention* akan meningkat sebesar 0,30% ketika dimoderasi oleh *family background*.

Model *categorical moderation* pada Pengaruh *Social Norms* dan *Family Background* terhadap *Entrepreneurial Intention*, untuk melihat apakah variabel *Family Background* sebagai moderator dapat berperan secara signifikan memoderasi *Social Norms* terhadap *entrepreneurial intention* maka uji signifikansi dilakukan terhadap variabel *social norms*family background* sebagai variabel interaksi antara variabel moderasi dan variabel bebas (*social norms* dan *family background*). Uji parsial pada model *categorical moderation* pada pengaruh *social norms* dan *family background* terhadap *entrepreneurial intention* adalah Hasil pengujian hipotesis H_1 diperoleh hasil $t = 9,8625$, berarti pengujian signifikan, artinya variabel *Social norms* (SN) berpengaruh signifikan terhadap *entrepreneurial intention* (EI).

Social Norms berpengaruh positif terhadap *entrepreneurial intention*, artinya semakin tinggi *Social Norms* maka semakin tinggi *entrepreneurial intention*. Besarnya pengaruh *social norms* terhadap *entrepreneurial intention* adalah $(0,7006)^2$ yakni sebesar 49,08%. Hasil pengujian hipotesis H_2 diperoleh hasil t sebesar 0,1452 berarti pengujian tidak signifikan, artinya variabel *family background* tidak berpengaruh terhadap *entrepreneurial intention*. Hasil pengujian hipotesis H_3 diperoleh hasil t sebesar 1,4725, berarti pengujian signifikan, artinya *family background* efektif memoderasi pengaruh *Social norms* terhadap *entrepreneurial intention*. Interaksi *family background* memiliki kontribusi (0,0030) yakni sebesar 0,004% pada pengaruh *Social norms* terhadap *entrepreneurial intention*, hal ini berarti *family background* efektif memoderasi sebesar 0,004% hubungan *Social norms* terhadap *entrepreneurial intention*.

Uji simultan (uji statistik f) model *categorical moderation* pada pengaruh *social norms* dan *family background* terhadap *entrepreneurial intention* dapat dilihat pada Tabel 3. Hasil pengujian model regresi diperoleh nilai $F = 61,4666$, berarti pengujian signifikan, artinya seluruh variabel memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel *entrepreneurial intention*. Besarnya pengaruh *Social norms*, *family background* dan *social norms*family background* terhadap *entrepreneurial intention* sebesar 39,62%, hal ini berarti semakin tinggi *social norms* dan *family background*, maka semakin tinggi tingkat *entrepreneurial intention*.

Tabel 3. Uji Simultan (Uji Statistik F) Model Categorical Moderation pada Pengaruh Social Norms dan Family Background Terhadap Entrepreneurial Intention

Model		Summary				
R	R-sq	MSE	F	df1	df2	P
0,6295	0,3962	31,2222	61,4666	3	281	0,0000

Sumber: Olah Data (2021)

Berdasarkan output model *summary* diperoleh nilai *R square* pada model *categorical moderation* pada pengaruh *social norms* dan *family background* terhadap *entrepreneurial intention* sebesar 0,3962, artinya 39,62% variabel *entrepreneurial intention* (Y) dipengaruhi oleh variabel *Social norms*, *family background*, Sedangkan sisanya yakni sebesar 60,39% dipengaruhi oleh variabel selain *Social norms*, *family background*.

Hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh variabel *Social Norms* terhadap variabel *Entrepreneurial Intention*. Pada uji hipotesa H_1 , kontribusi

Social Norms terhadap *Entrepreneurial Intention* sebesar 0,7006 dan signifikan pada p-value 5% yang berarti jika *Social Norms* meningkat 100% maka *Entrepreneurial Intention* akan meningkat sebesar 70,06%.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Abbas dkk. (2020) Penelitian ini mengungkapkan hubungan positif dan signifikan antara norma sosial dan niat berwirausaha. Lebih lanjut, penelitian tersebut mengungkapkan bahwa norma sosial dapat secara signifikan menjelaskan 51,8% variasi niat berwirausaha. Hasil studi ini menyimpulkan bahwa norma sosial yang tepat meningkatkan pengembangan niat kewirausahaan pada siswa. Studi tersebut merekomendasikan bahwa manajemen universitas harus menempatkan lingkungan yang mempromosikan pembangunan norma-norma sosial yang sesuai di antara mahasiswa.

Hipotesis kedua dalam penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh variabel *family background* terhadap variabel *Entrepreneurial Intention*. Pada uji hipotesa H_2 , kontribusi *family background* terhadap *entrepreneurial intention* sebesar 0,6562 dan tidak signifikan pada p-value 5% yang berarti *family background* tidak berpengaruh signifikan terhadap *entrepreneurial intention*. Hasil ini bertentangan dengan Alma (2010) yang menyatakan bahwa pekerjaan orang tua sering kali terlihat ada pengaruh dari orang tua yang bekerja sendiri. Temuan ini juga tidak sesuai dengan Hisrich et al (2008) yang menyatakan bahwa memiliki seorang ibu dan ayah yang berwirausaha memberikan inspirasi kepada anak untuk menjadi wirausaha. Tetapi hasil penelitian ini sesuai dengan kajian empiris yaitu penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Setyowati (2013) bahwa latar belakang pekerjaan orang tua tidak memiliki peran dalam menentukan minat berwirausaha.

Hipotesis ketiga dalam penelitian ini adalah untuk menguji variabel *family background* memoderasi pengaruh variabel *social norms* terhadap variabel *Entrepreneurial Intention*. Pada uji hipotesa H_3 , *family background* efektif memoderasi hubungan antara *social norms* dan *entrepreneurial intention* dengan interaksi sebesar 0,0030 dan signifikan pada p-value 5%. yang berarti *family background* memoderasi pengaruh *social norms* terhadap *entrepreneurial intention*. Sejalan dengan penelitian Natalita & Slamet (2019) yang menyatakan bahwa latar belakang keluarga memiliki pengaruh yang positif terhadap intensi berwirausaha pada mahasiswa. Hal ini terjadi karena orang tua telah mendukung anaknya secara penuh untuk memberikan dorongan kepada anak-anaknya untuk menjadi seorang wirausaha. Namun, Hasil penelitian ini bertentangan dengan Penelitian Georgescu & Herman (2020) yang menyatakan bahwa latar belakang keluarga wirausaha ini secara negatif memoderasi hubungan antara efektivitas pendidikan kewirausahaan dan niat wirausaha. Untuk alasan ini, penekanan harus ditempatkan pada pendidikan kewirausahaan formal dan informal, yang akan meningkatkan kecenderungan kaum muda untuk memilih karir kewirausahaan

SIMPULAN

Social norms berpengaruh secara signifikan terhadap *Entrepreneurial Intention*, hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *social norms* maka semakin tinggi pula *Entrepreneurial Intention*. *Family background* tidak berpengaruh terhadap *Entrepreneurial Intention*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun latar belakang orang tua siswa itu wirausaha tidak menjamin anaknya memiliki intensi berwirausaha. *Family background* efektif memoderasi hubungan antara *social norms* dan *Entrepreneurial Intention*, hasil penelitian

ini menunjukkan bahwa jika *social norm* meningkatkan maka *Entrepreneurial Intention* akan meningkat ketika dimoderasi oleh *family background*

PUSTAKA ACUAN

- Abbas, M. A., Osunsan, O. K., & Kibuuka, M. (2020). Social Norms and Entrepreneurial Intent of Graduating University Students in North West Nigeria. *EJBMR, European Journal of Business and Management Research*, 5(2), 1-5. <https://doi.org/10.24018/ejbmr.2020.5.2.232>.
- Alma, B. (2010). *Kewirausahaan untuk Mahasiswa dan Umum*. Alfabeta: Bandung.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T).
- Arifin, Z., & Ziyad, M. (2018). Pengaruh Pekerjaan Orang Tua, Pendidikan Kewirausahaan dan Asal Etnis Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat. *Jurnal Sains Manajemen dan Kewirausahaan*, 2(1), 1-11.
- Bullough, A., Renko, M., & Myatt, T. (2014). Danger Zone Entrepreneurs: The Importance of Resilience and Self-efficacy for Entrepreneurial Intentions. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 38(3), 473-499. <https://doi.org/10.1111/etap.12006>.
- Chrismardani, Y. (2016). Theory of Planned Behavior Sebagai Prediktor Intensi Berwirausaha, Competency. *Journal of Management Studies*, 10(1), 1-14. <https://doi.org/10.21107/kompetensi.v10i1.3426>
- Georgescu, M-A., & Herman, E. (2020). The Impact of the Family Background on Students' Entrepreneurial Intentions: An Empirical Analysis. *Sustainability*, 12(11), 4775. <https://doi.org/10.3390/su12114775>.
- Hayes, A. F. (2013). *Introduction to Mediation, Moderation, and Conditional Process Analysis: A Regression-Based Approach*. The Guilford Press: New York.
- Hisrich, R. D., Peters, M.P., & Shepherd D. A. (2008). *Kewirausahaan Edisi 7*. Salemba Empat: Jakarta.
- Linan, F. (2004). Intention Based Models of Entrepreneurship Education. *Piccola Impresa/ Small Business*, 3(1), 11-35.
- Margahana, H., & Triyanto, E.. (2019). Membangun Tradisi Entrepreneurship pada Masyarakat. *Edunomika*, 3(2), 300-309. <https://doi.org/10.29040/jie.v3i02.497>.
- Natalita, C., & Slamet, F. (2019). Pengaruh Latar Belakang Keluarga, Kepribadian, dan Efikasi Diri Terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 1(4), 778-787.
- Setyowati, D. I. (2013). Pengaruh Pekerjaan Orangtua dan Keyakinan Diri Terhadap Minat Berwirausaha Siswa di SMK Negeri 10 Surabaya. *Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan*, 1(2), 121-129. <https://doi.org/10.26740/jepk.v1n2.p121-129>.
- Shapero, A., & Sokol, L. (1982). *The Social Dimensions of Entrepreneurship*. University of Illinois at Urbana-Champaign's Academy for Entrepreneurial Leadership Historical Research Reference in Entrepreneurship.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Afabeta: Bandung.