

**SKRIPSI**

**PENGARUH *PERCEIVED DESIRABILITY* DAN *PERCEIVED FEASIBILITY* TERHADAP MINAT MENJADI *ENTREPRENEUR* PADA MAHASISWA FEBI IAIN METRO**

**Oleh**

**DEWI WAFIQ AZIZAH  
NPM. 2103011018**



**Program Studi Ekonomi Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO  
1446 H / 2025 M**

**PENGARUH *PERCEIVED DESIRABILITY* DAN *PERCEIVED FEASIBILITY* TERHADAP MINAT MENJADI *ENTREPRENEUR* PADA MAHASISWA FEBI IAIN METRO**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Sebagai Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

Oleh:

DEWI WAFIQ AZIZAH  
NPM. 2103011018

Dosen Pembimbing: Misfi Laili Rohmi, M.Si.

Program Studi Ekonomi Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO  
1446 H / 2025 M**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507, Fax.(0725) 47296 Website: [www.syariah.metrouniv.ac.id](http://www.syariah.metrouniv.ac.id);  
e-mail: [febi.iain@metrouniv.ac.id](mailto:febi.iain@metrouniv.ac.id)

NOTA DINAS

Nomor : -  
Lampiran : 1 (Satu) Berkas  
Perihal : **Pengajuan permohonan untuk dimunaqsyahkan**

Kepada Yth,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri Metro  
di-

Tempat

*Assalamu 'alaikum Wr.Wb*

Setelah kami adakan pemeriksaan dan bimbingan seperlunya maka skripsi yang disusun oleh:

Nama : Dewi Wafiq Azizah  
NPM : 2103011018  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Judul Artikel : *PENGARUH PERCEIVED DESIRABILITY DAN PERCEIVED FEASIBILITY TERHADAP MINAT MENJADI ENTREPRENEUR PADA MAHASISWA FEBI IAIN METRO*

Sudah saya setuju dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro untuk dimunaqsyahkan

Demikian harapan kami dan atas perhatiannya saya ucapkan terima kasih.

*Wassalamu 'alaikum Wr.Wb*

Metro, 10 Maret 2025  
Dosen Pembimbing

Misfi Laili Rohmi, M.Si  
NIP. 198903292020122017

## HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Artikel : PENGARUH *PERCEIVED DESIRABILITY* DAN *PERCEIVED FEASIBILITY* TERHADAP MINAT MENJADI *ENTREPRENEUR* PADA MAHASISWA FEBI IAIN METRO

Nama : Dewi Wafiq Azizah  
NPM : 2103011018  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Ekonomi Syariah

## DISETUJUI

Untuk dimunaqsyahkan dalam sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro

Metro, 10 Maret 2025  
Dosen Pembimbing



Misfi Laili Rohmi, M.Si  
NIP. 198903292020122017



**KEMENTERIAN AGAMA REPULIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki.Hajar Dewantara Kampus15 Alringmulyo Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id E-mail iainmetro@metrouniv.ac.id

**PENGESAHAN SKRIPSI**

No. B-1197/In-28.3/D/PP-00.9/06/2025

Skripsi dengan Judul: *PENGARUH PERCEIVED DESIRABILITY DAN PERCEIVED FEASIBILITY TERHADAP MINAT MENJADI ENTREPRENEUR PADA MAHASISWA FEBI IAIN METRO*, disusun oleh: Dewi Wafiq Azizah, NPM: 2103011018, Prodi: Ekonomi Syariah, telah diujikan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/tanggal: Rabu/07 Mei 2025.

**TIM PENGUJI:**

Ketua/Moderator : Misfi Laili Rohmi, M.Si

Penguji I : Yuyun Yunarti, M.Si.

Penguji II : Hasrun Affandi US, M.M.

Sekretaris : Agus Alimuddin, M.E



Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



**Dr. Dki Santoso, M.H.**  
NIP. 19670316 199503 1 001

## ABSTRAK

### **PENGARUH *PERCEIVED DESIRABILITY* DAN *PERCEIVED FEASIBILITY* TERHADAP MINAT MENJADI *ENTREPRENEUR* PADA MAHASISWA FEBI IAIN METRO**

Oleh :

**Dewi Wafiq Azizah  
NPM. 2103011018**

Minat berwirausaha dikalangan mahasiswa menjadi isu strategis dalam upaya menciptakan generasi muda yang mandiri dan inovatif. Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Metro sebagai generasi muda yang berada dalam lingkungan akademik berbasis nilai-nilai keislaman memiliki potensi besar untuk mengembangkan jiwa kewirausahaan. Dua faktor psikologis yang berperan penting dalam membentuk minat tersebut adalah *perceived desirability* (persepsi terhadap daya tarik berwirausaha) dan *perceived feasibility* (persepsi terhadap kemampuan atau kelayakan untuk menjalankannya).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif, di mana data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarkan kepada sejumlah responden yang secara *disproportional random sampling*. Hasil analisis menunjukkan nilai *perceived desirability* sebesar  $0,016 < 0,05$  dan pada variabel *perceived feasibility* memiliki nilai  $0,005 < 0,05$  yang menandakan bahwa baik *perceived desirability* maupun *perceived feasibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi *entrepreneur*.

Adapun hasil uji koefisien determinasi didapatkan Adjusted R square menunjukkan nilai sebesar sebesar 0,624. Yang berarti besar pengaruh variabel *perceived desirability* maupun *perceived feasibility* terhadap keputusan pembelian sebesar 62,4% sedangkan untuk 37,6% di pengaruhi oleh variabel lain. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi persepsi mahasiswa terhadap daya tarik dan kelayakan berwirausaha, maka semakin besar pula minat mereka untuk terjun ke dunia *entrepreneurship*.

**Kata Kunci:** *Perceived Desirability, Perceived Feasibility, Minat Entrepreneur*

## ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dewi Wafiq Azizah

NPM : 2103011018

Jurusan : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, 7 Mei 2025  
Yang menyatakan



Dewi Wafiq Azizah  
NPM. 2103011018

## MOTTO

... إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ ۗ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ سُوءًا فَلَا مَرَدَّ لَهُ ۗ وَمَا لَهُمْ مِّن دُونِهِ مِن وَّالٍ ﴿١١﴾

Artinya : “*Sesungguhnya Allah tidak mengubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka mengubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri. Dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap sesuatu kaum, maka tak ada yang dapat menolaknya; dan sekali-kali tak ada pelindung bagi mereka selain Dia*” (Q.S. Ar-Ra’d : 11)

## PERSEMBAHAN

Alhamdulillah dengan rasa syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini, maka dengan rasa bahagia, hasil studi ini saya persembahkan:

1. Kepada cinta pertamaku Ayahanda Paiman dan pintu surgaku Ibunda Siti Rohayati. Terimakasih atas segala pengorbanan dan kasih tulus yang telah diberikan. Beliau sangat berperan penting dalam proses menyelesaikan skripsi ini. Selalu senantiasa mendoakan dan memberikan dukungan baik materi maupun non materi sehingga peneliti mampu menyelesaikan studinya hingga meraih gelar sarjana.
2. Kepada Kakakku Erie Aslamiyah dan Adikku Ufaira Azzahra. Terimakasih atas semangat dan doa-doa yang dilantarkan untuk keberhasilanku.
3. Kepada Ibu Misfi Laili Rohmi, M.Si., selaku pembimbing skripsi saya. Terimakasih atas segala arahan yang telah diberikan. Selalu membimbing saya dengan sabar dan telaten. Semoga beliau selalu dilimpahkan hal-hal baik dalam hidupnya.
4. Kepada teman-teman dan sahabat seorganisasi yang senantiasa memberikan *support* untuk keberhasilan saya.
5. Almamater Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan Syukur ke hadirat Allah SWT, atas rahmat dan hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini adalah sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Dalam upaya menyelesaikan skripsi ini, Peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Terimakasih peneliti sampaikan kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Ida Umami, M.Pd. Kons., selaku Rektor IAIN Metro.
2. Bapak Dr. Dri Santoso, M.H., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak M. Mujib Baidhowi, M.E., selaku ketua Jurusan Ekonomi Syariah.
4. Ibu Misfi Laili Rohmi, M.Si., selaku pembimbing skripsi yang telah membimbing dan memberikan arahan serta meluangkan waktunya yang sangat berharga kepada peneliti.
5. Ibu Enny Puji Lestari, M.E.Sy., selaku pembimbing akademik yang telah memberikan bimbingan dan arahan yang sangat berharga kepada peneliti.
6. Bapak dan Ibu Dosen/Karyawan IAIN Metro yang telah memberikan Ilmu pengetahuan dan sarana prasarana selama peneliti menempuh pendidikan.

7. Responden penelitian yang telah berkenan membantu mengisi kuesioner untuk mengumpulkan data penelitian.

Kritik dan saran demi perbaikan skripsi ini sangat diharapkan dan akan diterima dengan kelapangan dada. Akhir kata, semoga skripsi ini kiranya dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu Ekonomi Syariah.

Metro, 7 Mei 2025  
Peneliti,



Dewi Wafiq Azizah  
NPM. 2103011018

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMBUTAN</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>NOTA DINAS</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>HALAMAN ORISINILITAS PENELITIAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	<b>viii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah .....	9
C. Batasan Masalah.....	9
D. Rumusan Masalah .....	10
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	10
F. Penelitian Relevan.....	12
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. <i>Entrepreneurial Event</i> (Shapeo dan Sokol 1982) .....	15
B. <i>Perceived Desirability</i> .....	17
1. Pengertian <i>Perceived Desirability</i> .....	17
2. Indikator <i>Perceived Desirability</i> .....	19
C. <i>Perceived Feasibility</i> .....	21
1. Pengertian <i>Perceived Feasibility</i> .....	21

2. Indikator <i>Perceived Feasibility</i> .....	23
D. Minat menjadi <i>Entrepreneur</i> .....	24
1. Pengertian Minat menjadi <i>Entrepreneur</i> .....	24
2. Indikator Minat menjadi <i>Entrepreneur</i> .....	28
E. Hipotesis Penelitian.....	28
F. Kerangka Berfikir.....	31

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Rancangan Penelitian .....	34
B. Devinisi Operasional Variabel .....	35
C. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel .....	36
D. Teknik Pengumpulan Data .....	39
E. Instrumen Penelitian.....	41
F. Teknis Analisis Data .....	48

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Hasil Penelitian .....	55
1. Deskripsi Lokasi Penelitian .....	55
2. Deskripsi Data Responden .....	57
3. Deskripsi Data Hasil Penelitian .....	59
4. Pengujian Hipotesis.....	68
B. Pembahasan.....	75

### **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	81
B. Saran.....	82

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

### **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

## DAFTAR TABEL

1. Tabel 1.1 Penelitian Relevan.....	13
2. Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	31
3. Tabel 3.2 Populasi Mahasiswa Aktif FEBI 2021 .....	33
4. Tabel 3.3 Penentuan Jumlah Sampel .....	35
5. Tabel 3.4 Jawaban Angket Skala <i>Likert</i> .....	38
6. Tabel 3.5 Kisi-kisi Instrumen Penelitian.....	38
7. Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas Instrumen <i>Perceived Desirability</i> .....	40
8. Tabel 3.7 Hasil Uji Validitas Instrumen <i>Perceived Feasibility</i> .....	41
9. Tabel 3.8 Hasil Uji Validitas Instrumen Minat menjadi <i>Entrepreneur</i> .....	42
10. Tabel 3.9 Hasil Uji Reliabilitas .....	43
11. Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	57
12. Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi.....	58
13. Tabel 4.3 Total Jawaban Responden Terkait <i>Perceived Desirability</i> .....	59
14. Tabel 4.4 Total Jawaban Responden Terkait <i>Perceived Feasibility</i> .....	61
15. Tabel 4.5 Total Jawaban Responden Terkait Minat <i>Entrepreneur</i> .....	62
16. Tabel 4.6 Uji Normalitas.....	64
17. Tabel 4.7 Uji Heteroskedastisitas.....	65
18. Tabel 4.8 Uji Multikolinieritas.....	66
19. Tabel 4.9 Analisis Regresi Linier Berganda .....	68
20. Tabel 4.10 Uji t (Uji Parsial).....	69
21. Tabel 4.11 Uji f (uji simultan).....	71
22. Tabel 4.12 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	72
23. Tabel 4.13 Uji Sumbangan Relatif.....	73
24. Tabel 4.14 Uji Sumbangan Efektif .....	73

## DAFTAR GAMBAR

1. Gambar 1.1 Minat menjadi <i>Entrepreneur</i> .....	6
2. Gambar 1.3 Mahasiswa yang Memiliki Usaha .....	6
3. Gambar 1. 3 Harapan Mahasiswa Setelah Lulus .....	8
4. Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....	26

## **DAFTAR LAMPIRAN**

1. Surat Keterangan Pembimbing Skripsi (SK)
2. Alat Pengumpulan Data
3. Surat Research
4. Surat Balasan Izin Research
5. Surat Tugas
6. Surat Keterangan Bebas Pustaka
7. Surat Keterangan Lulus Uji Plagiasi Turnitin
8. Formulir Konsultasi Bimbingan Skripsi
9. Dokumentasi
10. Riwayat Hidup

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Generasi muda merupakan aset penting suatu negara. Sejarah bangsa Indonesia membuktikan bahwa peran generasi muda sangat signifikan dalam memajukan bangsa Indonesia yang tercatat dalam beberapa estafet kesejarahan pembaharuan kebangsaan. Mahasiswa sebagai generasi muda yang dikenal dengan *agent of change* diharapkan untuk dapat membawa perubahan diberbagai sektor, termasuknya yaitu sektor ekonomi dan bisnis.

Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat sebanyak 7,28 juta pengangguran yang masih ada di Indonesia per Februari 2025.<sup>1</sup> Ironisnya dimana seharusnya mahasiswa yang merupakan agen perubahan negara dengan salah satunya menciptakan lapangan pekerjaan justru menjadi donatur masalah pengangguran di Indonesia yaitu sebanyak 6,23 persen pengangguran tingkat perguruan tinggi yang ditamatkan.

Berwirausaha merupakan salah satu cara dalam memajukan perekonomian suatu negara. Dengan adanya wirausaha, suatu negara dapat menekan jumlah pengangguran. Dimana masyarakat yang memiliki jiwa berwirausaha dapat memanfaatkan berbagai peluang untuk dijadikan sebagai sumber penghidupan masyarakat tersebut. Dengan kata lain, masyarakat bisa mandiri secara ekonomi tanpa perlu bergantung pada negara dan bahkan bisa

---

<sup>1</sup> Badan Pusat Statistik Indonesia (2025) “*Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT)*”. Dalam [www.bps.go.id](http://www.bps.go.id), diakses pada tanggal 20 Mei 2024.

memberikan kesempatan bagi masyarakat lain untuk bekerja. Dengan begitu, jumlah pengangguran dapat menurun. Jumlah pengangguran yang menurun akan meningkatkan produktivitas negara yang berujung pada majunya negara tersebut secara ekonomi.

Melihat pentingnya peran kewirausahaan dalam mendukung kemajuan perekonomian suatu bangsa, maka pemerintah telah menetapkan langkah-langkah strategis untuk mendukung pembangunan kewirausahaan di Indonesia. Berdasarkan Renstra Deputi Bidang Ekonomi Kreatif, Kewirausahaan dan KUKM 2015-2019, langkah dasar yang diambil pemerintah untuk mendukung pengembangan kualitas maupun kuantitas wirausaha adalah dengan melakukan pembibitan wirausaha baru melalui jalur pendidikan.<sup>2</sup> Langkah ini dilakukan dengan tujuan untuk memupuk semangat dan jiwa kewirausahaan sekaligus untuk membekali keterampilan berwirausaha generasi muda sehingga diharapkan jumlah wirausaha di Indonesia terus meningkat.

Wirausaha atau *entrepreneur* menurut Schumpeter merupakan kemampuan untuk menerapkan inovasi dalam bisnis dengan menggabungkan sumber daya secara baru. Wirausahawan merupakan inovator yang dapat menciptakan perubahan di pasar dengan memperkenalkan produk, metode produksi, atau organisasi baru.<sup>3</sup> Mahasiswa diharapkan menjadi seorang inovator baru, membawa sebuah perubahan yang tentunya memiliki manfaat

---

<sup>2</sup> Peraturan Menteri Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2015 Tentang Rencana Strategis Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Tahun 2015-2019

<sup>3</sup> Joseph Schumpeter, "*The Theory of Economic Development*," Cambridge: Harvard University Press, 2021, h 54

baik untuk diri sendiri maupun orang lain. Hal yang dapat menjadi langkah awal untuk menjadikan mahasiswa sebagai generasi muda wirausaha adalah dengan memupuk minat mahasiswa. Minat merupakan faktor yang mendorong seseorang dalam melakukan perilaku. Dengan kata lain, tinggi rendahnya jumlah wirausaha disebabkan karena seberapa minat terhadap wirausaha itu sendiri.

Intensi (niat) maupun minat berwirausaha adalah hasil dari persepsi individu tentang keinginan suatu tindakan dan penilaian individu terhadap kelayakan tindakan. Di perguruan tinggi pembelajaran kewirausahaan diharapkan dapat merubah *mindset* bahwa jiwa kewirausahaan bukan hanya bakat dari lahir melainkan dapat tumbuh ketika mahasiswa bersungguhsungguh untuk mendalami wirausaha itu sendiri. Berdasarkan teori Shapero dan Sokol, hal yang dapat mempengaruhi minat berwirausaha ditentukan melalui tiga elemen dasar, yaitu *perceived desirability* (keinginan yang dirasakan), *perceived feasibility* (kelayakan yang dirasakan) dan *propensity to act* (kecenderungan untuk bertindak).<sup>4</sup>

Menurut teori *Entrepreneurial Event* oleh Shapero dan Sokol, *perceived desirability* mengacu pada sejauh mana seseorang merasa ingin dan merasakan daya tarik terhadap perilaku tertentu (dalam hal ini untuk menjadi wirausaha). Keinginan terbentuk melalui pemikiran intuitif dalam proses minat, dan kelayakan sebagai kemampuan untuk berpikir rasional. Adapun *perceived feasibility* merupakan persepsi individu tentang kelayakan (mengenai persepsi

---

<sup>4</sup> Shapero, A., & Sokol, L. The Social Dimension of Entrepreneurship. In C.A. Kent, D.L. Sexton, & K.H. Vesper (eds) *Encyclopedia of Entrepreneurship*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall 1982. h 70-90

kelayakan kewirausahaan) yang berkaitan dengan persepsi daya yang tersedia (misal pengetahuan, dukungan keluarga dan mitra).<sup>5</sup>

Teori *Entrepreneurial Event* tersebut telah dibuktikan oleh penelitian terdahulu yang telah dilakukan untuk menguji pengaruh minat berwirausaha. Seperti penelitian yang telah dilakukan oleh Farid Hamzah dkk mendapatkan hasil bahwa memiliki tingkat *perceived desirability* dan *perceived feasibility* yang tinggi memiliki dampak positif pada intensi berwirausaha.<sup>6</sup> Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Susetyo juga memiliki hasil yang sama yaitu kedua faktor *perceived desirability* dan *perceived feasibility* sama-sama mempengaruhi minat berwirausaha.<sup>7</sup> Hal ini sesuai dengan teori *Entrepreneurial Event* Shapero yang menekankan bahwa keinginan dan kelayakan yang dirasakan oleh individu dapat mempengaruhi intensi mereka untuk terlibat dalam aktivitas kewirausahaan.

Sehubungan dengan penjelasan-penjelasan diatas, IAIN Metro sebagai Perguruan Tinggi Negeri yang *notabennya* adalah Perguruan Tinggi Islam memiliki visi, yaitu menjadi Perguruan Tinggi Keagamaan Islam yang unggul dalam sinergi *sosio-eco-techno-preneurship*.<sup>8</sup> Sinergi tersebut adalah konsep yang menggabungkan aspek sosial, ekologi, teknologi, dan kewirausahaan.

---

<sup>5</sup> Yusni Arni, *Pengembangan Minat Kewirausahaan* (Jawa Tengah: Eureka Media Aksara, 2023). h 39

<sup>6</sup> Farid Hamzah Prihandani, Hasnin Aulia Nurlatifah, and Fazar Nuriansyah, "Pengaruh Perceived Desirability Dan Perceived Feasibility Terhadap Intensi Berwirausaha," *Economic Jurnal Pendidikan Ekonomi* 12, no. 1 (2024): 66–75

<sup>7</sup> Susetyo Darmanto, "Pengaruh Perceived Desirability, Perceived Feasibility, Dan Propensity to Act Terhadap Intensi Berwirausaha," *Jurnal Inovasi Pendidikan Ekonomi (JIPE)* 10, no. 2 (2020): 144, <https://doi.org/10.24036/011103250>. Jurnal ilmiah dinamika ekonomi dan bisnis vol. 1 no. 2 (2013)

<sup>8</sup> Visi Misi IAIN Metro, dalam <https://www.metrouniv.ac.id/about/vision-and-mission>. Diakses pada 6 Desember 2024.

Hal ini menunjukkan bahwa IAIN Metro merupakan perguruan tinggi yang telah menerapkan pendidikan kewirausahaan kepada mahasiswa. Tentunya bertujuan agar mahasiswa IAIN Metro memiliki keterampilan dibidang wirausaha dan dapat menjawab tantangan ekonomi yaitu dengan mengurangi jumlah pengangguran.

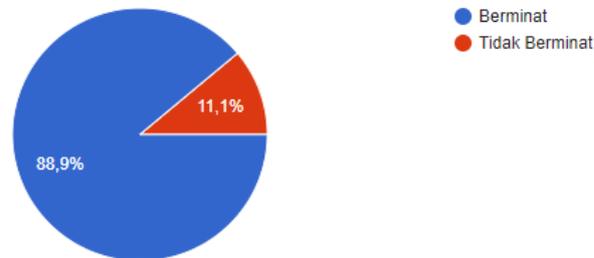
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) merupakan salah satu fakultas yang ada di IAIN Metro memiliki visi dan misi “Menjadi pusat studi ekonomi dan bisnis islam yang unggul di tingkat Internasional dalam sinergi *socio-eco-techno-prenership* berlandaskan nilai-nilai keIslaman dan keIndonesiaan pada tahun 2039”. Melalui visi misi tersebut FEBI mempunyai tujuan yaitu menjadikan mahasiswa sebagai lulusan yang memiliki kepekaan dibidang sosial masyarakat, kompeten dalam teknologi ramah lingkungan dan berjiwa *entrepreneur*.<sup>9</sup>

Berdasarkan hasil *prasurvey* terkait minat *entrepreneur* (wirausaha) yang dilakukan kepada 54 responden yaitu mahasiswa FEBI angkatan 2021 melalui google formulir. Adapun alasan memilih mahasiswa angkatan 2021 sebagai sampel penelitian yaitu karena mereka telah menyelesaikan mata kuliah Kewirausahaan, sehingga diasumsikan memiliki tingkat pengetahuan kewirausahaan yang lebih homogen dibandingkan angkatan 2022 dan 2023 yang belum mengambil mata kuliah tersebut. Berikut hasil *prasurvey* terkait minat *entrepreneur* (wirausaha) yang disajikan melalui diagram adalah sebagai berikut:

---

<sup>9</sup> Visi Misi FEBI IAIN Metro, dalam <https://febi.metrouniv.ac.id/visi-fakultas-ekonomi-dan-bisnis-islam-febi-iaain-metro>. Diunduh pada 6 Desember 2024.

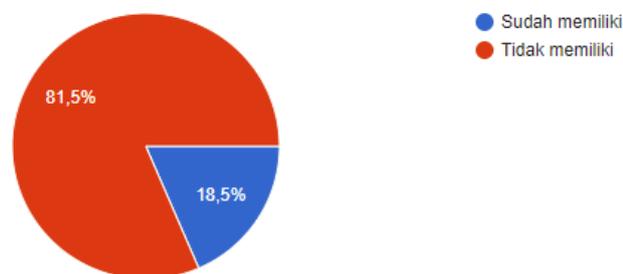
**Gambar 1.1 Minat menjadi *Entrepreneur***



*Sumber: Data diolah 2025*

Berdasarkan diagram di atas menunjukkan bahwa terdapat 88,9% atau 48 mahasiswa yang berminat menjadi *entrepreneur* dan 6 mahasiswa yang tidak berminat menjadi *entrepreneur*. Hampir sebagian besar responden memiliki minat untuk berwirausaha. Akan tetapi ketika melihat hasil *prasurvey* selanjutnya terkait jumlah mahasiswa yang sudah memiliki usaha sangatlah berbanding terbalik. Sehingga menimbulkan sebuah pertanyaan apa yang membuat mahasiswa belum memulai usaha. Berdasarkan hasil *prasurvey* jumlah mahasiswa yang memiliki usaha adalah sebagai berikut:

**Gambar 1.3 Mahasiswa yang Memiliki Usaha**

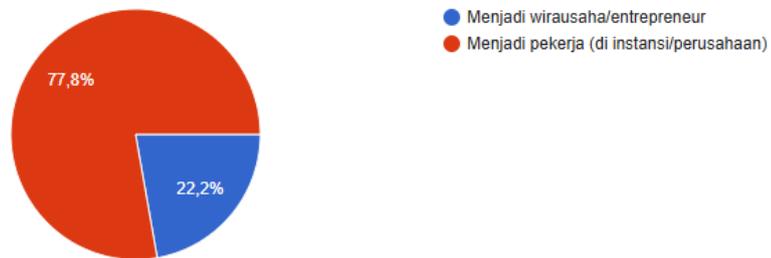


*Sumber: Data diolah 2025*

Pada diagram hasil *prasurvey* tersebut menunjukkan bahwa mereka banyak yang belum memiliki atau memulai usaha sendiri. Sebanyak 81,5 % atau 44 mahasiswa belum memiliki usaha dan 18,5 % atau 10 mahasiswa yang sudah memiliki usaha. Adapun 10 mahasiswa tersebut memiliki usaha kecil-kecilan seperti *tailor*, sewa papan ucapan, menjual pulsa dan paket data, menjual roti bakar, membuka *outlet* minuman dan lain sebagainya. Ketika peneliti gali lebih dalam lagi alasan mengapa mereka belum memiliki usaha sendiri padahal mereka memiliki minat untuk menjadi wirausaha yaitu karena belum merasa layak untuk menjadi wirausaha, seperti kurangnya dana, kurangnya pengalaman dan belum bisa membagi waktu antara kuliah dan berwirausaha. Mereka juga berpendapat bahwasanya mereka takut mengambil resiko besar untuk memulai usaha.

Selain masalah di atas, ketika peneliti gali lebih dalam terkait harapan setelah lulus mahasiswa FEBI IAIN Metro, ternyata hasil *prasurvey* menunjukkan bahwa mahasiswa lebih banyak menginginkan untuk menjadi pekerja dibanding menjadi *entrepreneur* (wirausaha). Hal tersebut kemungkinan besar hasil dari persepsi mahasiswa yang menganggap ketika ingin memiliki usaha membutuhkan modal besar dan beresiko. Dibawah ini merupakan hasil *prasurvey* harapan mahasiswa setelah lulus yang disajikan melalui diagram adalah sebagai berikut:

**Gambar 1. 3 Harapan Mahasiswa Setelah Lulus**



*Sumber: Data diolah 2025*

Berdasarkan hasil *prasurvey* pada diagram di atas, sebanyak 42 mahasiswa yang memilih menjadi pekerja (baik di instansi/perusahaan) sedangkan hanya 12 mahasiswa yang memilih menjadi wirausaha setelah lulus nanti. Hal tersebut menimbulkan sebuah masalah karena minat mahasiswa untuk menjadi wirausaha tinggi akan tetapi berbanding sangat terbalik dengan harapan mereka setelah lulus nanti yang memilih menjadi pekerja.

Dari uraian latar belakang di atas, mengacu pada hasil *prasurvey* minat mahasiswa menjadi *entrepreneur* yang sangat tinggi, peneliti tertarik dan berinisiatif melakukan penelitian lebih lanjut untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa menjadi *entrepreneur* dengan menggunakan teori *Entrepreneurial Event* dan ingin membuktikan pengaruhnya yang berjudul **“Pengaruh *Perceived Desirability* dan *perceived feasibility* terhadap Minat Menjadi *Entrepreneur* pada Mahasiswa FEBI IAIN Metro”**

## B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka identifikasi masalah adalah sebagai berikut :

1. Mahasiswa yang memiliki minat menjadi wirausaha sebanyak 88,9% dan mahasiswa yang belum memulai usaha sebanyak 81,5%
2. Mahasiswa memiliki minat yang tinggi namun enggan memulai usaha
3. Mahasiswa merasa belum layak dan takut mengambil resiko besar dalam berwirausaha.
4. Mahasiswa menganggap perlu banyak modal ketika ingin berwirausaha.
5. Harapan mahasiswa setelah lulus memilih menjadi pekerja bukan menjadi wirausaha meskipun minat menjadi *entrepreneur* tinggi.

## C. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah dijabarkan di atas, terdapat beberapa masalah yang terjadi. Oleh karena itu, untuk memfokuskan penelitian dibutuhkan adanya pembatasan masalah. Adapun hal yang akan dukur dalam penelitian ini adalah *perceived desirability*, *perceived feasibility* untuk menjadi *entrepreneur*. Batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Variabel *independent* (bebas) yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah *perceived desirability* ( $X_1$ ) dan *perceived feasibility* ( $X_2$ ).
2. Variabel *dependent* (terikat) yang menjadi fokus penelitian ini adalah minat mahasiswa untuk menjadi *entrepreneur* (Y) yang berasal dari dalam diri.

3. Penelitian ini dilakukan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam tahun 2021 dan sudah menyelesaikan mata kuliah kewirausahaan.

#### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang, identifikasi masalah, dan pembatasan masalah di atas maka didapat rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut.

1. Apakah ada pengaruh positif dan signifikan *perceived desirability* terhadap minat menjadi *entrepreneur* pada mahasiswa FEBI IAIN Metro ?
2. Apakah ada pengaruh positif dan signifikan *perceived feasibility* terhadap minat menjadi *entrepreneur* pada mahasiswa FEBI IAIN Metro ?
3. Apakah ada pengaruh positif dan signifikan *perceived desirability* dan *perceived feasibility* terhadap minat menjadi *entrepreneur* pada mahasiswa FEBI IAIN Metro ?
4. Seberapa besar pengaruh *perceived desirability* dan *perceived feasibility* terhadap minat menjadi *entrepreneur* pada mahasiswa FEBI IAIN Metro ?

#### **E. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

##### **1. Tujuan Penelitian**

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *perceived desirability* terhadap minat menjadi *entrepreneur* pada mahasiswa FEBI IAIN Metro?

- b. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *perceived feasibility* terhadap minat menjadi *entrepreneur* pada mahasiswa FEBI IAIN Metro?
- c. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *perceived desirability* dan *perceived feasibility* terhadap minat menjadi *entrepreneur* pada mahasiswa FEBI IAIN Metro?
- d. Untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar pengaruh *perceived desirability* dan *perceived feasibility* terhadap minat menjadi *entrepreneur* pada mahasiswa FEBI IAIN Metro ?

## **2. Manfaat Penelitian**

- a. Secara Teoritis
  - 1) Bagi Peneliti, penelitian ini bermanfaat sebagai sarana untuk belajar dan melatih kepenulisan dan berfikir secara ilmiah yang berdasarkan disiplin ilmu yang telah diperoleh dan dipelajari semasa bangku perkuliahan, khususnya yang berkaitan dengan minat *entrepreneur*.
  - 2) Bagi Pembaca, penelitian ini bermanfaat sebagai sarana dalam menambah sumber referensi bacaan, informasi, bahan pustaka, serta bahan perbandingan untuk penelitian lebih lanjut baik mengenai tempat, waktu, maupun masalah sejenis yang bersifat melanjutkan ataupun melengkapi terutama yang berkaitan dengan minat *entrepreneur*.

b. Secara Praktis

- 1) Bagi Mahasiswa, mahasiswa menjadi termotivasi untuk berwirausaha, sehingga menjadi alternatif pilihan dalam menentukan masa depan sebelum maupun sesudah lulus kuliah.
- 2) Bagi pihak akademik, penelitian ini dapat memberikan informasi kepada lembaga akademik yang dapat digunakan untuk evaluasi dan upaya mengembangkan mata kuliah kewirausahaan guna meningkatkan minat berwirausaha bagi mahasiswa.

## F. Penelitian Relevan

Di dalam penelitian, setiap peneliti diwajibkan untuk memberikan penelitian yang relevan untuk melihat apakah sebelumnya sudah ada yang meneliti atau belum. Sehingga mengantisipasi terjadinya plagiasi maka peneliti akan menyertakan penelitian yang relevan dalam penelitian ini.

Berikut ini adalah beberapa penelitian yang relevan dikemukakan antara lain penelitian yang dilakukan oleh Nguyen Tan Khuyen et al.,<sup>10</sup> D.M.N.S.WDissanayake,<sup>11</sup> Kurjono<sup>12</sup> sebagai berikut:

---

<sup>10</sup> Nguyen Tan Khuyen et al., "The Role of Perceived Feasibility and Perceived Desirability on Entrepreneurial Behaviour through Goal and Implementation Intentions of Students in Southeast Vietnam," *Nurture* 17, no. 4 (2023): 516–27

<sup>11</sup> DMNSW Dissanayake, "The Impact of Perceived Desirability and Perceived Feasibility on Entrepreneurial Intention among Undergraduate Students in Sri Lanka: An Extended Model," *Kelaniya Journal of Management* 2, no. 1 (2014): 39–57

<sup>12</sup> Kurjono Kurjono, Asep Kurniawan, and R. Rasto, "Intensi Berwirausaha Melalui Model the Entrepreneurial Event," *Jurnal MANAJERIAL* 19, no. 1 (2020): 53–66

Tabel 1.1 Penelitian Relevan

No	Nama Penulis /Tahun/ Judul	Variabel & Indikator	Metode & Sampel	Hasil	Persamaan	Perbedaan
1	<b>Nguyen Tan Khuyen et al. (2023)</b> <i>The Role of Perceived Feasibility and Perceived Desirability on Entrepreneurial Behaviour through Goal and Implementation Intentions of Students in Southeast Vietnam</i>	<b>Perceived Desirability:</b> minat pribadi, daya tarik menjadi <i>entrepreneur</i> , motivasi pribadi- <b>Perceived Feasibility:</b> kepercayaan diri, dukungan lingkungan, ketersediaan sumber daya- <b>Entrepreneurial Intention:</b> rencana untuk memulai bisnis, kesiapan mengambil risiko	Survei kuantitatif terhadap mahasiswa di Vietnam, menggunakan <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM). Memiliki Populasi penelitian ini terdiri dari mahasiswa tahun terakhir ( <i>final-year students</i> ) di wilayah Vietnam Tenggara dengan sampel sebanyak 368.	<i>Perceived desirability</i> dan <i>feasibility</i> memengaruhi perilaku kewirausahaan secara signifikan melalui mediasi <i>goal intention</i> dan <i>implementation intention</i> .	Sama-sama meneliti hubungan antara PD, PF terhadap <i>entrepreneur</i> . Metode dan sampel sama-sama tertuju pada mahasiswa	Perbedaan yang terletak pada penelitian Nguyen Tan Khuyen et al. adalah lokasi, indikator dan variabel Y, yaitu intensi berwirausaha. Sedangkan dalam penelitian ini variabel Y yang digunakan yaitu Minat <i>entrepreneur</i> .
2	<b>D.M.N.S.W Dissanayake (2013)</b> <i>The Impact of Perceived Desirability and Perceived Feasibility on Entrepreneurial Intention among Undergraduate Students in Sri</i>	<b>Perceived Desirability:</b> persepsi daya tarik menjadi <i>entrepreneur</i> , motivasi intrinsic <b>Perceived Feasibility:</b> efikasi diri, pengalaman, dukungan sosial <b>Entrepreneurial Intention:</b> keinginan, kesiapan, dan	Metode kuantitatif dan menggunakan analisis regresi. Populasi penelitian ini terdiri dari mahasiswa program sarjana di Universitas Kelaniya, Sri Lanka. Sampel yang digunakan sebanyak 100	PD dan PF signifikan terhadap niat berwirausaha; juga menemukan pentingnya efikasi diri dan keyakinan perilaku.	Sama-sama menekankan PD dan PF sebagai prediktor utama niat kewirausahaan	Perbedaan yang terletak pada penelitian Dissanayake adalah lokasi, indikator dan variabel Y, yaitu intensi berwirausaha. Sedangkan dalam penelitian ini variabel Y yang digunakan yaitu Minat <i>entrepreneur</i> .

No	Nama Penulis /Tahun/ Judul	Variabel & Indikator	Metode & Sampel	Hasil	Persamaan	Perbedaan
	<i>Lanka: An Extended Model</i>	keputusan menjadi <i>entrepreneur</i>	mahasiswa.			
3	<b>Kurjono (2020)</b> Intensi Berwirausaha Melalui Model <i>The Entrepreneurial Event</i>	<b><i>Perceived Desirability:</i></b> Sikap dan norma sosial. <b><i>Perceived Feasibility:</i></b> Kemampuan diri dan rela menerima resiko <b><i>Intensi:</i></b> Daya tarik, kemampuan dan hasil	Menggunakan <i>Explanatory Survey Method.</i> Populasi penelitian ini terdiri dari 19.919 mahasiswa UPI dan sampel sebanyak 366.	Pengujian hipotesis menunjukkan bahwa variabel <i>perceived desirability</i> dan <i>perceived feasibility</i> memiliki pengaruh positif fan signifikan terhadap intensi berwirausaha.	Dalam penelitian ini sama-sama menggunakan teori Shapero dan menggunakan metode kuantitatif.	Perbedaan yang terletak pada penelitian kurjono terletak pada lokasi dan indikator penelitian.

Berdasarkan beberapa penelitian diatas maka dapat diketahui bahwa penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti memiliki variabel *independent* yang sama. Namun terdapat beberapa perbedaan diantaranya seperti lokasi, jumlah variabel, metode penelitian dan indikator yang digunakan dalam penelitian.

Dengan demikian dapat ditegaskan bahwa penelitian ini yang berjudul Pengaruh *Perceived Desirability* dan *Perceived Feasibility* Terhadap Minat Menjadi *Entrepreneur* Pada Mahasiswa IAIN Metro berbeda dengan penelitian-penelitian yang sebelumnya.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. *Entrepreneurial Event* (Shapero dan Sokol 1982)

Teori *entrepreneurial event* atau pembentukan acara kewirausahaan merupakan paradigma yang berupaya untuk mengakomodasi berbagai data tentang subjek kewirausahaan sambil membuatnya masuk akal bagi mereka yang mengambil bagian dalam acara kewirausahaan dan bagi pengamat nonakademis dalam bisnis. Persepsi tersebut berhubungan dengan bagaimana seseorang menerima informasi dan menyesuaikan dari pengaruh dari sekitar. Kemudian secara interpretasi dalam memahami informasi yang dapat meningkatkan pengetahuan yang menerimanya atau adanya seleksi terhadap berbagai rangsangan yang ditangkap oleh panca indra dan dapat menjadi pengalaman.<sup>1</sup>

Menurut Shapero dan Sokol dalam teori *entrepreneurial event* mengajukan tiga faktor utama yang memengaruhi niat seseorang untuk memulai usaha yaitu *perceived desirability* (keinginan yang dirasakan), *perceived feasibility* (kelayakan yang dirasakan) dan *propensity to act* (kecenderungan untuk bertindak). Teori ini juga menekankan bahwa *perceived desirability* dan *perceived feasibility* seringkali dipengaruhi oleh kejadian pemicu (*triggering events*). Kejadian ini bisa berupa hal positif (misalnya, melihat peluang bisnis yang menarik) atau negatif (misalnya, kehilangan

---

<sup>1</sup> Agus Alimuddin, Lisda Aisyah, and Risa Alvia, "Persepsi Santriwati Dalam Pembelian Kosmetik Berlabel Halal," *Jurnal Hukum Dan Ekonomi Syariah* 10, no. 1 (2022): 83–96

pekerjaan). Kejadian pemicu ini dapat "menggoyahkan" seseorang dari kondisi "inertia" (tidak melakukan apa-apa) dan mendorongnya untuk mempertimbangkan kewirausahaan sebagai sebuah pilihan.<sup>2</sup>

Terdapat dua pertanyaan yang perlu dijawab sehubungan dengan setiap peristiwa kewirausahaan yaitu apa yang mendorong tindakan yang menyebabkan perubahan dalam jalur hidup wirausahawan sebelumnya dan mengapa ini yang memicu peristiwa kewirausahaan, dan bukan salah satu dari berbagai tindakan lain yang ada? Dari sudut pandang pembahasan ini, pertanyaan akan diarahkan kepada bagaimana keanggotaan dalam kelompok dan bagaimana konteks sosial serta budaya memengaruhi keputusan dalam memilih jalur kewirausahaan.

Dapat disimpulkan teori *entrepreneurial event* merupakan cara munculnya seorang pengusaha bukan sebagai kejadian tunggal, melainkan sebagai hasil dari interaksi antara keinginan, keyakinan akan kemampuan, dan kecenderungan untuk bertindak, yang seringkali dipengaruhi oleh lingkungan sosial dan kejadian-kejadian tertentu dalam hidup individu. Pembentukan *entrepreneurial event* dapat dilihat pada gambar dibawah ini:

---

<sup>2</sup> Shapero, A., & Sokol, L. The Social Dimension of Entrepreneurship. In C.A. Kent, D.L. Sexton, & K.H. Vesper (eds) *Encyclopedia of Entrepreneurship*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall 1982. h 70-90

**Gambar 2.1**  
**Pembentukan *Entrepreneurial Event***



## B. *Perceived Desirability*

### 1. Pengertian *Perceived Desirability*

*Perceived Desirability* menurut Shapero adalah seberapa jauh seseorang merasakan daya tarik dan merasa ingin untuk melakukan perilaku tertentu untuk menjadi pengusaha. Keinginan ini adalah penilaian sikap afektif yang digunakan oleh pengusaha untuk membuat keputusan bertindak. Pemikiran ini tumbuh dari pandangan atas konsekuensi pribadi mengenai pengalaman kewirausahaan (misalnya baik atau buruk), dan tingkat dukungan dari lingkungan (keluarga, teman, kerabat).<sup>3</sup>

*Perceived desirability* dalam konteks kewirausahaan secara sederhana merujuk pada sejauh mana seseorang menganggap menarik atau diinginkan untuk menjadi seorang wirausahawan. Ini adalah pandangan

<sup>3</sup> Shapero, A., & Sokol, L. *Encyclopedia of Entrepreneurship*, h 70-90

subjektif individu terhadap daya tarik ide memulai dan menjalankan bisnis, yang dipengaruhi oleh nilai-nilai pribadi, sikap, dan keyakinan. Selain itu, norma sosial dan budaya di sekitar individu juga memainkan peran penting dalam membentuk *perceived desirability*. Jika lingkungan mendukung kewirausahaan, daya tariknya cenderung meningkat. Konsep ini seringkali menjadi pemicu awal niat berwirausaha, karena tanpa adanya daya tarik, kecil kemungkinan seseorang akan termotivasi untuk mempertimbangkan jalur ini. Penting untuk dicatat bahwa daya tarik ini tidak hanya terbatas pada keuntungan materi, tetapi juga mencakup aspek-aspek seperti kepuasan pribadi dan kemandirian.

Menurut Krueger dan Brazeal, keinginan yang dirasakan (*perceived desirability*) apabila dipandang dari teori perilaku yang direncanakan mencakup sikap terhadap perilaku dan norma sosial. Menurut teori perilaku direncanakan, sikap mengacu pada sejauh mana seseorang memiliki penilaian menguntungkan atau merugikan dalam menilai perilaku tersebut. Setiap keyakinan perlu dihubungkan pada hasil tertentu, baik dinilai positif ataupun negatif.<sup>4</sup> Dengan demikian, seseorang yang memiliki persepsi keinginan, secara otomatis memiliki sikap berwirausaha. Melalui cara ini, pembentukan sikap positif terhadap perilaku, memiliki konsekuensi keinginan dan sikap negatif perilaku berhubungan dengan konsekuensi tidakinginan.

---

<sup>4</sup> Kurjono Kurjono, Asep Kurniawan, and R. Rasto, "Intensi Berwirausaha Melalui Model the Entrepreneurial Event," *Jurnal MANAJERIAL* 19, no. 1 (2020): 53–66

## 2. Indikator *Perceived Desirability*

Indikator yang digunakan pada variabel *perceived desirability* menurut Shapero dan Sokol terdiri dari dua indikator yaitu:<sup>5</sup>

### a. Sikap pribadi

Sikap menurut Eagly dan Chaiken adalah tendensi untuk bereaksi dalam cara suka atau tidak suka terhadap suatu objek. Sikap merupakan emosi atau efek yang diarahkan oleh seseorang kepada orang lain, benda atau peristiwa sebagai objek sasaran sikap. Sikap melibatkan kecenderungan respon yang bersifat preferensial. Dalam konteks itu, seseorang memiliki kecenderungan untuk puas atau tidak puas, positif atau negatif, suka atau tidak suka terhadap suatu objek sikap.<sup>6</sup> Adapun komponen sikap dibagi menjadi tiga yaitu sebagai berikut:

#### 1) Kognitif

Komponen kognitif yaitu suatu kepercayaan dan pemahaman seorang individu pada suatu objek melalui proses melihat, mendengar dan merasakan. Kepercayaan dan pemahaman yang terbentuk memberikan informasi dan pengetahuan mengenai objek tersebut.

---

<sup>5</sup> Shapero, A., & Sokol, L. The Social Dimension of Entrepreneurship. In C.A. Kent, D.L. Sexton, & K.H. Vesper (eds) *Encyclopedia of Entrepreneurship*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall 1982. h 70-90

<sup>6</sup> Adnan Achiruddin Saleh, "*Psikologi Sosial*" (Parepare: IAIN Parepare Nusantara Press, 2003). h 56

## 2) Afektif

Komponen afektif yaitu komponen yang berhubungan dengan permasalahan emosional subjektif individu terhadap sesuatu. Komponen afektif meliputi informasi yang diperoleh akan dianalisis, disentisis, dan dievaluasi yang kemudian akan masuk dalam otak manusia, mengasilkan nilai baru, kemudian diakomodasikan dan diasimilasikan.

## 3) Konatif

Komponen perilaku atau konatif yaitu kecenderungan berperilaku seorang individu terhadap objek yang dihadapinya. Sikap yang muncul dari individu terhadap sebuah objek dapat berupa respon positif maupun negatif.<sup>7</sup>

### b. Norma subyektif

Norma Subjektif adalah persepsi atau pandangan seseorang terhadap kepercayaan-kepercayaan orang lain yang akan memengaruhi seseorang tersebut untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku yang sedang dipertimbangkan. Norma Subjektif diartikan sebagai faktor sosial yang menunjukkan tekanan sosial yang dipersepsikan untuk memutuskan atau tidak memutuskan walaupun keputusan sendiri menguntungkan jika pertimbangan orang lain tidak dianggap penting keputusan itu bisa gagal.

---

<sup>7</sup> Adnan Achiruddin Saleh, *Psikologi Sosial*. h 57

Seseorang yang percaya terhadap orang lain yang memotivasi mereka untuk menaatinya dan berpikir seharusnya melakukan sesuatu perilaku dapat dikatakan bahwa seseorang tersebut mendapat tekanan sosial untuk melakukan perilaku tersebut. Sebaliknya, apabila seseorang percaya bahwa orang lain yang membuat mereka termotivasi untuk menaatinya tetapi tidak setuju melakukan suatu perilaku akan mempunyai Norma Subjektif yang meletakkan tekanan pada mereka untuk menghindari melakukan perilaku tersebut.

### **C. *Perceived Feasibility***

#### **1. Pengertian *Perceived Feasibility***

Shapero dan Sokol 1982 mendefinisikan bahwa persepsi individu tentang *perceived feasibility* adalah persepsi individu yang memandang dirinya mempunyai kemampuan untuk mengumpulkan sumberdaya (manusia, sosial, finansial) untuk membangun usaha baru.<sup>8</sup> Persepsi kelayakan (*Feasibility*) mengacu pada sikap kewirausahaan seseorang yang menginginkan sebuah usaha atau tingkatan seseorang dalam mengevaluasi hasil yang menguntungkan dan merugikan dari hasil kegiatan kewirasusahaan. Oleh karena itu semakin tinggi *feasibility* akan meningkatkan minat seseorang untuk melakukan kegiatan kewirausahaan.

Persepsi kelayakan mengacu pada kebebasan seseorang merasakan daya tarik pada perilaku yang di diberikan, untuk menjadi wirausaha. Jika

---

<sup>8</sup> Shapero, A., & Sokol, L. The Social Dimension of Entrepreneurship. In C.A. Kent, D.L. Sexton, & K.H. Vesper (eds) *Encyclopedia of Entrepreneurship*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall 1982. h 70-90

seseorang memutuskan untuk membangun usaha atau bisnis baru, maka hal itu merupakan hasil *process-oriented cognitive*. Sebab ia mampu berpikir tentang hasil tersebut memang layak atau pantas diraihinya. Sebaliknya, ia tidak memutuskan untuk memulai suatu bisnis baru seandainya ia tidak dapat menentukan hasil yang dicapai dan apakah hasil tersebut memang diinginkan dan layak untuk diperoleh.

Menurut Segal menyimpulkan bahwa ada keputusan seseorang untuk berwirausaha atau bekerja pada orang lain merupakan proses rasional yang melibatkan tiga aspek yaitu setiap orang akan membandingkan kelayakan (*feasibility*) untuk bekerja secara mandiri atau bekerja pada orang lain, setiap orang akan menilai apakah ia mempunyai pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan untuk melaksanakan tugas dan aktifitas yang diperlukan untuk menjadi seorang wirausahawan, dan setiap orang harus menentukan apakah ia bersedia menerima resiko yang inheren dalam aktifitas kewirausahaan. Berdasarkan uraian tersebut, dapat diketahui bahwa Persepsi Kelayakan (*Perceived Feasibility*) berwirausaha adalah evaluasi keseluruhan individu terhadap kelayakan pribadi untuk perasaan suka, perasaan tertarik dan kecenderungan perilaku evaluasi berwirausaha.<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup> Segal, G., Borgia, D. and Schoenfeld, J. (2005). "The Motivation to Become an Entrepreneur". *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 11, 42-57

## 2. Indikator *Perceived Feasibility*

Indikator yang digunakan pada variabel *perceived desirability* menurut Shapero dan Sokol terdiri dari satu indikator yaitu:<sup>10</sup>

### a. Efikasi diri

Efikasi diri merupakan rasa percaya diri yang dimiliki seseorang bahwa dirinya mampu untuk menyelesaikan tugas dengan efektif dan efisien sehingga tugas tersebut menghasilkan dampak yang diharapkan. Efikasi diri adalah representasi mental dan kognitif individu atas realitas, yang terbentuk oleh pengalaman masa lalu maupun sekarang dan disimpan dalam memori. Dalam jangka panjang keyakinan ini mempengaruhi sudut pandang seseorang terhadap kualitas diri. Adapun indikator efikasi diri yaitu sebagai berikut:

#### 1) Tingkat kesulitan

Tingkat kesulitan yaitu masalah yang berkaitan dengan derajat kesulitan tugas individu. Komponen ini berimplikasi pada pemilihan perilaku yang akan dicoba individu berdasarkan ekspektasi efikasi pada tingkat kesulitan tugas. Individu akan berupaya melakukan tugas tertentu yang ia persepsikan dapat dilaksanakannya dan ia akan menghindari situasi dan perilaku yang ia persepsikan diluar batas kemampuannya.

---

<sup>10</sup> Shapero, A., & Sokol, L. The Social Dimension of Entrepreneurship. In C.A. Kent, D.L. Sexton, & K.H. Vesper (eds) *Encyclopedia of Entrepreneurship*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall 1982. h 70-90

## 2) Kekuatan keyakinan

Kekuatan keyakinan yaitu aspek yang berkaitan dengan kekuatan keyakinan individu atas kemampuannya. Pengharapan yang kuat dan mantap pada individu akan mendorong untuk gigih dan berupaya mencapai tujuan walaupun mungkin belum memiliki pengalaman-pengalaman yang menunjang begitupun sebaliknya.

## 3) Generalitas

Generalitas yaitu hal yang berkaitan dengan luas cakupan tingkah laku diyakini oleh individu mampu dilaksanakan. Keyakinan individu terhadap kemampuan dirinya bergantung pada pemahaman kemampuan dirinya, baik yang terbatas pada suatu aktivitas dan situasi tertentu maupun pada serangkaian aktivitas dan situasi yang lebih luas bervariasi.<sup>11</sup>

### **D. Minat Menjadi *Entrepreneur***

#### **1. Pengertian Minat *Entrepreneur***

Kewirausahaan berasal dari padanan bahasa Inggris yaitu *entrepreneurship* yang berasal dari kata *entrepreneur* yang artinya suatu kemampuan (*ability*) dalam berpikir kreatif dan berperilaku inovatif yang dijadikan dasar, sumber daya, tenaga penggerak, tujuan siasat kiat dan proses dalam menghadapi tantangan hidup. Penggunaan kata ini pertama kali diperkenalkan oleh Richard Cantillon pada tahun 1755. Penggunaan

---

<sup>11</sup> Nur Laily and Dewi Urip Wahyuni, *Efikasi Diri Dan Perilaku Inovasi* (Sidoarjo: Indomedia Pustaka, 2018). h 28-30

kata tersebut semakin populer semenjak digunakan oleh pakar ekonomi J.B Say pada tahun 1803 yang mengartikan kewirausahaan sebagai penggambaran atas usaha yang mampu memindahkan sumber daya ekonomis dari tingkat produktivitas dasar pada tingkat yang siap untuk dikonsumsi atau digunakan serta menghasilkan produk yang lebih banyak.

Kewirausahaan berasal dari kata wirausaha secara etimologi wirausaha berasal dari kata Wira artinya berani, utama, mulia. Jadi kewirausahaan diartikan secara harfiah sebagai hal-hal yang menyangkut keberanian seseorang untuk melakukan kegiatan bisnis maupun non bisnis secara mandiri. Sedangkan wirausaha adalah orang yang mendirikan, mengelola, mengembangkan dan melembagakan perusahaan miliknya atau kemampuan yang dimiliki oleh seseorang untuk melihat dan menilai kesempatan-kesempatan bisnis mengumpulkan sumber daya-sumber daya yang dibutuhkan untuk mengambil tindakan yang tepat dan mengambil keuntungan dalam rangka meraih sukses.<sup>12</sup>

Wirausaha/*entrepreneur* menurut Schumpeter yaitu seorang *entrepreneur* berupaya untuk mereformasi atau merevolusionisasi pola produksi dengan jalan mengeksploitasi (menerapkan) sebuah penemuan baru (*invention*) atau secara lebih umum, sebuah kemungkinan teknikal yang belum pernah dicoba, guna menghasilkan sebuah komoditi baru, atau untuk memproduksi sebuah komoditi lama, dengan cara baru. Hal tersebut dilaksanakan melalui pemanfaatan sebuah sumber baru suplai bahan-

---

<sup>12</sup> Amalia Ladjin, Litriani, Sahamony, Kusumaningrum, Maulina, Siregar, Hubbansyah, Solikin, Silitonga, Soeyatno, Asyari, Sinaga, "*Kewirausahaan Teori Dan Praktis*", (Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung, 2021). h 2-3

bahan, atau sebuah jalur pemasaran baru (*a new outlet*) untuk produk produk yang dihasilkan.<sup>13</sup>

Hal yang menarik untuk diperhatikan adalah bahwa Schumpeter tidak menganggap sama para *entrepreneur* dengan para inventor, karena beliau beranggapan bahwa seorang inventor hanya menciptakan sebuah produk baru, sedangkan seorang *entrepreneur* menghimpun sumber-sumber dana, mengorganisasi bakat-bakat, dan menyediakan kepemimpinannya agar produk yang dihasilkan mencapai keberhasilan secara komersial. Akan tetapi pendapat tersebut terlampau menggeneralisasi, karena dalam kenyataan prakteknya, ada inventor yang sekaligus menjadi *entrepreneur*, dan sebaliknya menjadi *entrepreneur* yang sekaligus merupakan inventor.<sup>14</sup>

Menurut Peter Drucker Menyatakan bahwa wirausaha tidak mencari risiko, tetapi mereka mencari peluang. Seorang inovator dan wirausaha yang terkenal dan sukses bukan sekedar penanggung risiko, tapi mereka mencoba mendefinisikan risiko yang harus mereka hadapi dan meminimalkannya. Jika seorang wirausaha berhasil mendefinisikan risiko kemudian membatasinya, dan mereka secara sistematis dapat menganalisis berbagai peluang. Serta mengeksploitasinya maka mereka akan meraih keuntungan membangun sebuah bisnis besar.<sup>15</sup> Adapun minat menurut KBBI berarti: menuju pada perhatian, adanya keinginan untuk

---

<sup>13</sup> Joseph Schumpeter, "*The Theory of Economic Development*," Cambridge: Harvard University Press, 2021, h 66

<sup>14</sup> J. Winardi, "*Entrepreneur dan Entrepreneurship*", (Jakarta, Prenada Media 2005) h 22

<sup>15</sup> M.Pd Kintoko, S.Pd, M.Pd Novia Dwi Rahmawati, S.Si, and MKM Rizki Kurniawan Saputra, S.Tr.Kes, *Model Proses Kewirausahaan*, (Yogyakarta: UPY Press, 2023), h 7

memperhatikan, kemauan untuk melakukan sesuatu, berminat, ada ketertarikan, ada rasa suka, ada kemauan, ingin akan.<sup>16</sup>

Sehubungan dengan pengertian di atas, minat *entrepreneur* atau minat wirausaha adalah keadaan pikiran individu yang mengarahkan perhatian dan pengalaman pribadinya kepada perilaku kewirausahaan yang direncanakan, minat dijelaskan sebagai salah satu faktor motivasi mampu memberikan pengaruh terhadap perilaku, menunjukkan upaya yang diusulkan individu untuk mempraktikkan perilaku yang direncanakan. Tingginya kemungkinan kinerja yang diaktualisasikan dalam diri seseorang juga dipengaruhi oleh tinggi minat yang ada dalam diri individu tersebut.

Minat wirausaha didefinisikan kondisi pikiran seseorang dalam keadaan sadar yang mendahului suatu tindakan untuk memfokuskan dalam melakukan sesuatu tindakan kewirausahaan seperti dalam memulai usaha untuk menjadi seorang wirausaha. Minat wirausaha merupakan fokus perhatian seseorang pada kegiatan kewirausahaan yang didorong oleh rasa suka, berkeinginan, mempelajari, mempraktekkan kewirausahaan dengan sungguh-sungguh.

Berdasarkan teori tersebut dapat diartikan bahwa jika seseorang memiliki minat untuk melakukan sesuatu, maka orang tersebut dengan tidak sengaja telah memiliki motivasi untuk dapat melakukan kegiatan

---

<sup>16</sup> Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) “Minat”, dalam <https://kbbi.web.id/minat> diunduh pada tanggal 3 Oktober 2024.

yang telah direncanakan. Niat atau motivasi yang telah ada akan menunjukkan suatu perilaku untuk melakukan kegiatan tertentu.

## 2. Indikator Minat *Entrepreneur*

Indikator minat *entrepreneur* menurut Schumpeter adalah sebagai berikut:<sup>17</sup>

- a. Keinginan untuk menciptakan usaha sendiri. Dengan memiliki usaha sendiri dapat memperoleh rasa kekuasaan dan kemandirian pada diri individu.
- b. Keinginan untuk mendapatkan keuntungan. *Entrepreneur* dapat mewujudkan keinginannya untuk bertarung, berkompetisi menunjukkan keunggulannya atas orang lain, menang demi menang. Ibarat olahraga dalam kehidupan ekonomi ada ‘balap *finansial*’ dan juga ‘tinju *finansial*’.
- c. Rasa senang atau kegembiraan dalam berkreasi, untuk mencapai sesuatu atau sekedar melatih energi dan kecerdikan dalam dunia wirausaha.

## E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan tiap pernyataan tentang suatu hal yang bersifat sementara yang belum dibuktikan kebenarannya secara empiris disebut hipotesis. Hipotesis adalah pernyataan alternatif yang merupakan dugaan atau

---

<sup>17</sup> Joseph Schumpeter, “*The Theory of Economic Development*”, Harvard University Press, 2021. h 85-93

terkaan tentang apa saja yang kita amati dalam usaha untuk memahaminya.<sup>18</sup> Serta juga dapat diidentifikasi sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan.<sup>19</sup> Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh *perceived desirability* terhadap minat menjadi *entrepreneur*.

*Perceived desirability* merupakan bias personal seseorang yang memandang penciptaan usaha baru sebagai sesuatu yang menarik dan diinginkan. Dalam teori Shapero dan Sokol (Teori *Entrepreneurial Event*) intensi berwirausaha dipengaruhi oleh tiga dimensi : *Perceived desirability*, *perceived feasibility*, dan *propensity to act*.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Susetyo Darmanto, pada jurnal “Pengaruh *Perceived Desirability*, *Perceived Feasibility*, *Propensity To Act* Terhadap Intensi Berwirausaha” Mendapatkan hasil bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan *Perceived Desirability*, *Perceived Feasibility* terhadap minat *entrepreneur*. Maka hipotesis yang diajukan yaitu:

**H<sub>1</sub> : *Perceived desirability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi *entrepreneur* pada mahasiswa FEBI IAIN Metro.**

---

<sup>18</sup>Agung Widhi Kurniawan dan Zarah Puspitaningtyas, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Yogyakarta: Pustaka, 2016), h 51.

<sup>19</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R&D)* (Bandung: Alfabeta, 2013), h 96.

2. Pengaruh *Perceived Feasibility* terhadap minat menjadi *entrepreneur*.

*Perceived feasibility* menunjukkan derajat kepercayaan dimana seseorang memandang dirinya mempunyai kemampuan untuk mengumpulkan sumberdaya-sumberdaya (manusia, sosial, finansial) untuk membangun usaha baru. Menurut teori Shapero dan sokol (Teori *Entrepreneurial Event*) intensi berwirausaha dipengaruhi oleh tiga dimensi : *Perceived desirability*, *perceived feasibility*, dan *propensity to act*.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh Armansyah pada jurnal yang berjudul “Pengaruh *Perceived Desirability*, *Perceived Feasibility*, *Propensity To Act* Terhadap Intensi Berwirausaha” Mendapatkan hasil bahwa *Perceived Feasibility* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Maka hipotesis yang diajukan yaitu:

**H<sub>2</sub> : *Perceived Feasibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi *entrepreneur* pada mahasiswa FEBI IAIN Metro.**

3. Pengaruh *Perceived desirability* dan *perceived feasibility* terhadap minat menjadi *entrepreneur*.

Minat merupakan suatu hal yang mendasari seseorang untuk melakukan sesuatu. *Perceived desirability*, *perceived feasibility* merupakan dua komponen yang dianggap sebagai pengaruh untuk menumbuhkan minat berwirausaha sesuai dengan teori yang di gunakan pada *Entrepreneurial Event*. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang

dilakukan oleh Kurjono pada jurnal yang berjudul “Intensi Berwirausaha Melalui Model *The Entrepreneurial Event*” Memberikan hasil bahwa pengujian hipotesis menunjukkan bahwa variabel kelayakan yang dirasakan dan keinginan yang dirasakan memiliki positif dan signifikan terhadap intensi berwirausaha. secara simultan berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Maka hipotesis yang diajukan yaitu:

**H<sub>3</sub> : *Perceived desirability* dan *perceived feasibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi *entrepreneur* pada mahasiswa FEBI IAIN Metro.**

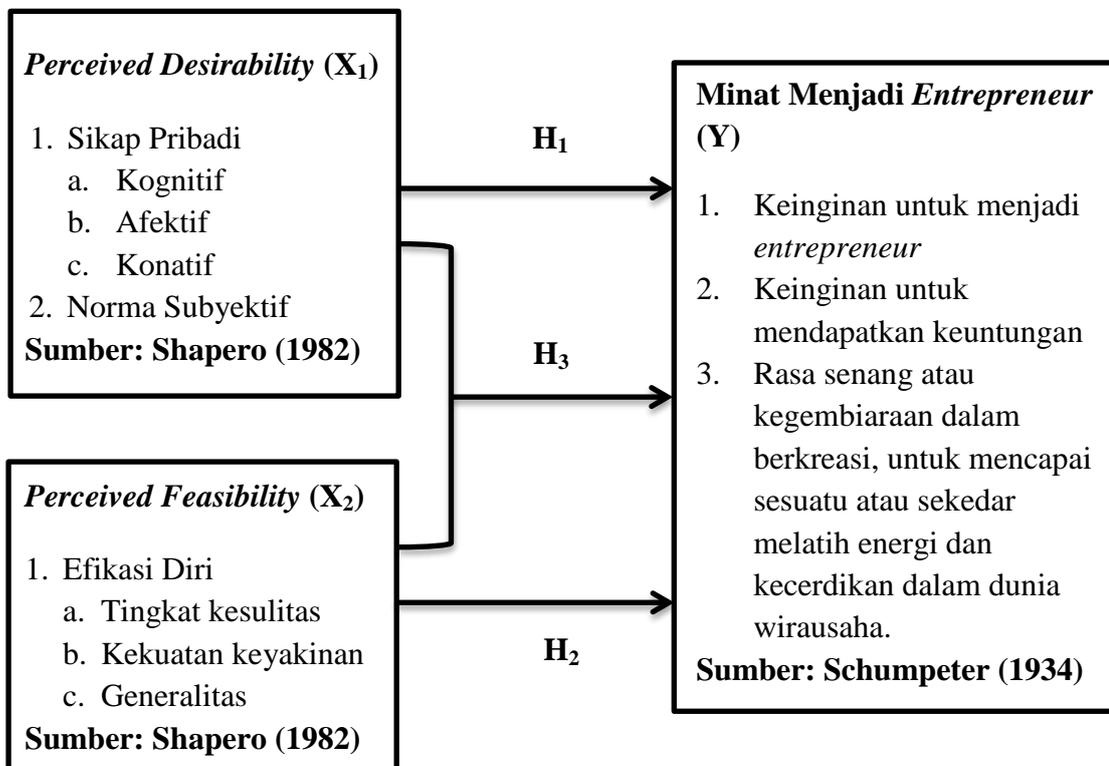
#### **F. Kerangka Berfikir**

Kerangka berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Kerangka berfikir yang baik akan menjelaskan secara teoritis pertautan antara variabel bebas dan variabel terikat<sup>20</sup>. Kerangka berfikir menggambarkan pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat yaitu mata kuliah kewirausahaan dan motivasi berwirausaha terhadap minat menjadi *entrepreneur*. Kerangka berfikir dibawah ini menjelaskan bahwa dalam penelitian ini terdapat variabel bebas yaitu *Perceived Desirability* (X<sub>1</sub>), *Perceived Feasibility* (X<sub>2</sub>) dan variabel terikat adalah minat menjadi *entrepreneur* (Y).

---

<sup>20</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*, (Bandung: Alfabeta) 2015, h 60.

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir



Sumber: Diadopsi dari Hasrun Afandi dkk (2020) dan kemudian dimodifikasi oleh peneliti sesuai dengan topik dan fokus penelitian.<sup>21</sup>

Keterangan :

$H_1$  : Berpengaruh secara parsial *perceived desirability* terhadap minat menjadi *entrepreneur*

$H_2$  : Berpengaruh secara parsial *perceived feasibility* terhadap minat menjadi *entrepreneur*

$H_3$  : Berpengaruh secara simultan *perceived desirability* dan *perceived feasibility* terhadap minat menjadi *entrepreneur*

<sup>21</sup> Hasrun Afandi US dkk, "Pengaruh Kompetensi Dan Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai Pada Kantor Wilayah Kementerian Agama, Provinsi Lampung", *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, Vol.11,No.1,2020, h 44.

Pada gambar diatas dapat dilihat kerangka konsep penelitian yang menghubungkan antara variabel independen dengan variabel *dependen*, terdapat dua variabel *independen* yaitu *perceived desirability* ( $X_1$ ), dan *perceived feasibility* ( $X_2$ ), sedangkan minat menjadi *entrepreneur* (Y) sebagai variabel *dependen*. Selanjutnya variabel-variabel tersebut akan dianalisis dalam penelitian, sehingga akan diketahui seberapa besar pengaruhnya terhadap minat menjadi *entrepreneur* pada mahasiswa FEBI IAIN Metro.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Rancangan Penelitian**

Sebelum melakukan penelitian terlebih dahulu perlu dilakukan rancangan penelitian, yang memuat jenis dan sifat penelitian. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang menyajikan data berupa angka-angka sebagai hasil penelitiannya.<sup>1</sup> Penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka (numerik) dan analisis menggunakan statistik.

Penelitian deskriptif adalah suatu metode untuk meneliti suatu status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuannya adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual, akurat, sifat-sifat serta hubungan antara fenomena yang diselidiki.<sup>2</sup> Penelitian ini merupakan penelitian yang bersifat kuantitatif deskriptif karena menggambarkan variabel secara apa adanya didukung dengan data-data berupa angka (numerik) yang dihasilkan dari keadaan sebenarnya dimana objek yang diteliti adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro angkatan 2021.

---

<sup>1</sup> Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*, (Bandung, alfabeta, 2013). h 7

<sup>2</sup> Deni Darmawan S.pd., *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Rosdakarya, 2016). h.38.

Dalam penelitian ini, peneliti bermaksud untuk mencari ada atau tidak pengaruh *perceived desirability*, *perceived feasibility* dan minat menjadi *entrepreneunur* pada mahasiswa FEBI IAIN Metro.

## B. Devinisi Operasional Variabel

Variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja ditetapkan oleh peneliti untuk dapat dipelajari sehingga memperoleh sebuah informasi, kemudian dari informasi tersebut dapat ditarik kesimpulannya.<sup>3</sup> Variabel merupakan objek yang menjadi titik perhatian suatu penelitian. Definisi operasional variabel sendiri merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai dari obyek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>4</sup> Definisi operasional variabel sangatlah penting dalam penelitian. Agar tidak ada kesalah pahaman atau penyimpangan ketika nanti mengambil data. Definisi Operasional Variabel dalam penelitian ini adalah:

**Tabel 3.1**  
**Definisi Operasional Variabel**

Variabel	Indikator	Sub Indikator	Item pertanyaan	Skala
<i>Perceived desirability</i> (X <sub>1</sub> )	1. Sikap pribadi a. Kognitif b. Afektif c. Konatif	a. Pengetahuan kewirausahaan b. Pandangan kewirausahaan c. Perasaan semangat d. Perasaan yakin e. Aktifitas pendukung f. Praktik kewirausahaan g. Mengikuti motivator	1 2 3 4 5 6 7	<i>Likert</i>

<sup>3</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*, (Bandung : Alfabeta 2015), h 38.

<sup>4</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*, 42

	2. Norma subyektif	a. Peran keluarga b. Niat yang kuat	8 9	
<i>Perceived feasibility (X<sub>2</sub>)</i>	1. Efikasi diri a. Tingkat kesulitan b. Kekuatan keyakinan c. Generalitas	a. Berani mengambil resiko b. Keyakinan melewati hambatan c. Belajar untuk memulai usaha d. Memiliki <i>planning</i> yang jelas e. Tantangan baru f. Memprediksi tantangan dan peluang	1 2 3 4 5 6	<i>Likert</i>
Minat Menjadi <i>Entrepreneur</i> (Y)	1. Keinginan untuk menjadi <i>entrepreneur</i>	a. Keinginan memiliki usaha b. Niat berwirausaha	1 2	<i>Likert</i>
	2. Keinginan untuk mendapatkan keuntungan	a. Ingin mencari keuntungan b. Bermanfaat bagi sekitar	3 4	
	c. Rasa senang atau kegembiraan dalam berkreasi, untuk mencapai sesuatu atau sekedar melatih energi dan kecerdikan dalam dunia wirausaha.	a. Rasa senang berwirausaha b. Menciptakan lapangan kerja baru	5 6	

### C. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

#### 1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan dari subjek atau objek yang akan diteliti. Subjek penelitian yang dimaksud adalah tempat atau lokasi data variabel yang akan digunakan.<sup>5</sup> Populasi juga diartikan sebagai wilayah

<sup>5</sup>Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, Dan Eksperimen*, (Yogyakarta:Deepublish, 2020), h 11.

generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek dan memiliki kualitas serta karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dapat dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>6</sup>

Adapun populasi yang menjadi subjek dalam penelitian ini adalah Mahasiswa aktif Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro angkatan 2021 yang sudah menyelesaikan mata kuliah kewirausahaan. Dengan rincian sebagai berikut:

**Tabel 3.2**  
**Populasi Mahasiswa Aktif FEBI 2021**

<b>Kelas</b>	<b>Laki-Laki</b>	<b>Perempuan</b>	<b>Jumlah</b>
ESY	43	140	183
PBS	9	68	77
AKS	6	71	77
MHU	4	14	18
<b>Total</b>	<b>11</b>	<b>19</b>	<b>355</b>

Sumber : Data diolah

## 2. Sampel

Sampel adalah bagian kecil dari jumlah dan karakteristik anggota populasi yang diambil melalui prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya.<sup>7</sup> Penentuan jumlah responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini, peneliti menggunakan rumus *Isaac* dan *Michael*, dengan rumus sebagai berikut:

$$s = \frac{\lambda^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{d^2 (N - 1) + \lambda^2 \cdot P \cdot Q}$$

<sup>6</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*, (Bandung:Alfabeta,2015), h 80.

<sup>7</sup>Sandu Siyoto dan M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing), h 56.

Keterangan :

S : Jumlah sampel yang diperlukan

$\lambda^2$  : Chi Kuadrat nilainya tergantung derajat kebebasan (dk) dan tingkat kesalahan, dengan dk=1, taraf kesalahan 1% maka Chi Kuadrat = 6,634, taraf kesalahan 5% maka chi kuadrat = 3,841, dan taraf kesalahan 10% maka Chi Kuadrat = 2,706

N : Jumlah populasi

P : Peluang benar (0,5)

Q : Peluang salah (0,5)

d : Derajat akurasi yang diekspresikan sebagai proporsi

Berikut hasil perhitungan dengan derajat akurasi 10% serta nilai  $d^2 = 0,01$ :

$$\begin{aligned}
 S &= \frac{2,706 \times 355 \times 0,5 \times 0,5}{0,01 (355-1) + 2,706 \times 0,5 \times 0,5} \\
 &= \frac{240,15}{0,01 \times 354 + 2,706 \times 0,5 \times 0,5} \\
 &= \frac{240,15}{3,54 + 0,676} \\
 &= \frac{240,15}{4,216} \\
 &= 56,96 / 57
 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan diatas, maka jumlah sampel yang digunakan sebanyak 56,96 atau dibulatkan menjadi 57 responden yang telah menyelesaikan mata kuliah kewirausahaan angkatan 2021 Fakultas Ekonomi da Bisnis Islam IAIN Metro.

Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang dilakukan secara acak dan setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi sampel. Teknik sampling yang dipilih peneliti pada penelitian ini adalah *disproposional random sampling* yaitu teknik sampling yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel, jika populasi berstrata tetapi kurang proporsional.<sup>8</sup> Berikut ini adalah perhitungan dalam menentukan sampel setiap kelas dengan ketentuan sebagai berikut:

**Tabel 3.3**  
**Penentuan Jumlah Sampel**

No	Prodi	Jumlah Mahasiswa Aktif	Sampel
1	ESY	183	21
2	PBS	77	9
3	AKS	77	9
4	MHU	18	18
Total		355	57

Sumber: Data diolah

#### D. Teknik Pengumpulan Data

##### 1. Kuisisioner (Angket)

Merupakan teknik pengumpulan data secara tidak langsung yang dilakukan dengan membuat daftar pertanyaan secara sistematis kepada responden untuk dijawab sesuai dengan persepsinya.<sup>9</sup> Pada penelitian ini peneliti menggunakan kuisisioner tertutup untuk mengetahui data tentang

<sup>8</sup>Agung Widhi Kurniawan dan Zarah Puspitaningtyas, *Metode Penelitian Kuantitatif*,(Yogyakarta: Pandiva buku, 2016), h 69.

<sup>9</sup> Agung Widhi Kurniawan dan Zarah Puspitaningtyas, *Metode Penelitian Kuantitatif*, h

*perceived desirability*, *perceived feasibility* dan minat menjadi *entrepreneur*. Kuesioner tertutup merupakan jenis angket yang pertanyaannya telah ditentukan jawabannya dan tidak memberikan kesempatan bagi responden untuk menjawab dengan jawaban yang lain.<sup>10</sup>

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *likert*, yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala *likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang didapat berupa pernyataan atau pertanyaan yaitu apakah narasi pertanyaan bersifat negatif (*Unfavorable*) atau narasi pertanyaannya bersifat positif (*Favorable*).<sup>11</sup>

## 2. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Bisa dalam bentuk catatan peristiwa yang sudah berlalu, tulisan, gambar, atau karya-karya monumental. Dokumen yang dari tulisan bisa dari catatan harian ataupun sejarah kehidupan. Jika dalam gambar bisa foto, maupun sketsa. Sedangkan jika dari karya bisa dari film, patung.<sup>12</sup> Dokumentasi pada penelitian ini yaitu berupa profil IAIN Metro, profil Febi dan jumlah mahasiswa.

---

<sup>10</sup> Rifai Abubakar, *Pengantar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: SUKA-Press, 2021) h 99.

<sup>11</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016), h 199.

<sup>12</sup> Rifai Abubakar, *Pengantar Metodologi Penelitian*,

## E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat ukur yang digunakan untuk mengukur fenomena (variabel) yang sedang diamati.<sup>13</sup> Penelitian ini menggunakan instrumen penelitian berupa kuesioner dengan skala *likert*, dan dokumentasi berupa tulisan. Skala *likert* adalah skala yang dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang suatu fenomena sosial. Fenomena sosial yang ditetapkan oleh peneliti disebut sebagai variabel penelitian. Variabel tersebut akan diukur dan dijabarkan menjadi indikator variabel. Indikator variabel tersebut dijadikan titik tolak untuk menyusun item-item instrumen berupa pernyataan atau pertanyaan.<sup>14</sup>

Penggunaan skala *likert* memiliki jawaban yang bergradasi dari sangat positif sampai sangat negatif. Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban tersebut dapat diberi skor sebagai berikut:

**Tabel 3.4**  
**Jawaban Angket Skala *Likert***

Sangat Setuju	(SS)	Di beri skor 5
Setuju	(S)	Di beri skor 4
Kurang Setuju	(KS)	Di beri skor 3
Tidak Setuju	(TS)	Di beri skor 2
Sangat Tidak Setuju	(STS)	Di beri skor 1

<sup>13</sup>Agung Widhi Kurniawan dan Zarah Puspitaningtyas, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Yogyakarta: Pandiva buku, 2016), h 88.

<sup>14</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*, (Bandung: Alfabeta2015), h 93.

## 1. Rancangan Kisi-Kisi Penelitian

Kisi-kisi instrumen menunjukkan kaitan antara variabel yang diteliti dengan sumber data diambil, metode yang digunakan dan instrumen yang disusun. Adapun rancangan kisi-kisi instrumen dalam penelitian ini dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

**Tabel 3.5 Kisi-kisi Instrumen Penelitian**

Variabel	Indikator	Perkiraan No Item Pernyataan	Total Item Per Variabel	Skala Pengukuran
<i>Perceived desirability</i> (X <sub>1</sub> )	1. Sikap pribadi a. Kognitif b. Afektif c. Konatif  2. Norma sosial	1,2 3,4 5,6,7  8,9	9	Skala <i>Likert</i> 1-5
<i>Perceived feasibility</i> (X <sub>2</sub> )	1. Efikasi diri a. Tingkat kesulitan b. Kekuatan keyakinan c. Generalitas	10,11 12,13 14,15	6	Skala <i>Likert</i> 1-5
Minat Menjadi <i>Entrepreneur</i> (Y)	1. Keinginan untuk menjadi <i>entrepreneur</i> . 2. Keinginan untuk mendapatkan keuntungan. 3. Kegembiraan atau rasa senang dalam berkreasi, untuk mencapai sesuatu atau sekedar melatih energi dan kecerdikan dalam dunia wirausaha.	16,17 18,19 20,21 22,23 24,25	10	Skala <i>Likert</i> 1-5

## 2. Uji Instrumen

### a. Uji Validitas

Uji Validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan bahwa suatu instrumen penelitian yang dibuat valid atau tidak. Tinggi rendahnya tingkat validitas instrumen menunjukkan bahwa data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang dimaksud.<sup>15</sup> Teknik korelasi yang digunakan untuk melakukan uji validitas item pertanyaan dalam penelitian ini adalah *pearson product moment* dengan rumus:

$$r_{x,y} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan:

$r_{xy}$  = Koefisien korelasi *pearson product moment*

$n$  = Jumlah responden

$\sum x$  = Skor butir pertanyaan

$\sum y$  = Skor total

$\sum xy$  = Skor pertanyaan dikalikan dengan skor total

$\sum x^2$  = Jumlah skor yang dikuadrat dalam sebaran x

$\sum y^2$  = Jumlah skor yang dikuadrat dalam sebaran y

---

<sup>15</sup> Rifai Abubakar, *Pengantar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta:SUKA-Press, 2021), h 129.

Suatu instrumen dikatakan valid apabila  $r_{(hitung)} > r_{(tabel)}$  dan uji 2 sisi dengan  $sig. \leq 0.05$ , maka item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid). Berikut hasil uji validitas instrumen pada SPSS 25:

**Tabel 3.6**  
**Hasil Uji Validitas Instrumen *Perceived Desirability***

Pertanyaan	r (hitung)	r (tabel)	Sig		Validitas
1	0,684	0,2201	0,000	0,05	Valid
2	0,733	0,2201	0,000	0,05	Valid
3	0,814	0,2201	0,000	0,05	Valid
4	0,832	0,2201	0,000	0,05	Valid
5	0,841	0,2201	0,000	0,05	Valid
6	0,493	0,2201	0,000	0,05	Valid
7	0,787	0,2201	0,000	0,05	Valid
8	0,685	0,2201	0,000	0,05	Valid
9	0,673	0,2201	0,000	0,05	Valid

Sumber: SPSS 25 data diolah 2025

Uji validitas dari tiga variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *perceived desirability* ( $X_1$ ), *perceived feasibility* ( $X_2$ ) dan minat menjadi *entrepreneur* ( $Y$ ). Berdasarkan Tabel 3.1 dapat dilihat pada item pernyataan pertama dengan nilai  $r_{(hitung)} 0.684 > r_{(tabel)} 0,2201$  dan nilai  $sig. 0.000 < 0.05$  yang menandakan bahwa pernyataan pertama pada variabel promosi penjualan valid. Pada item kedua yaitu nilai  $r_{(hitung)} 0.733 > r_{(tabel)} 0,2201$  dan nilai  $sig. 0.000 < 0.05$  yang menandakan bahwa pernyataan kedua pada variabel *perceived desirability* valid, begitu pula pada pernyataan selanjutnya. Hal tersebut menunjukkan bahwa setiap pernyataan yang disebar kepada responden pada variabel *perceived desirability* mampu

mengukur apa yang diinginkan oleh responden.

**Tabel 3.7**  
**Hasil Uji Validitas Instrumen *Perceived Feasibility***

Pertanyaan	r (hitung)	r (tabel)	Sig		Validitas
1	0,803	0,2201	0,000	0,05	Valid
2	0,841	0,2201	0,000	0,05	Valid
3	0,834	0,2201	0,000	0,05	Valid
4	0,903	0,2201	0,000	0,05	Valid
5	0,844	0,2201	0,000	0,05	Valid
6	0,847	0,2201	0,000	0,05	Valid

Sumber: SPSS 25 data diolah

Berdasarkan Tabel 3.2 di atas dapat diketahui bahwa pada item pernyataan pertama nilai  $r_{(hitung)} 0.803 > r_{(tabel)} 0,2201$  dan nilai  $sig. 0.000 < 0.05$  yang menandakan bahwa pernyataan pertama pada variabel promosi penjualan valid. Pada item kedua yaitu nilai  $r_{(hitung)} 0.841 > r_{(tabel)} 0,2201$  dan nilai  $sig. 0.000 < 0.05$  yang menandakan bahwa pernyataan kedua pada variabel *perceived feasibility* valid, begitu pula pada pernyataan selanjutnya. Hal tersebut menunjukkan bahwa setiap pernyataan yang disebar kepada responden pada variabel *perceived feasibility* mampu mengukur apa yang diinginkan oleh responden.

**Tabel 3.8**  
**Hasil Uji Validitas Instrumen Minat menjadi *Entrepreneur***

Pertanyaan	r (hitung)	r (tabel)	Sig		Validitas
1	0,905	0,2201	0,000	0,05	Valid
2	0,880	0,2201	0,000	0,05	Valid
3	0,835	0,2201	0,000	0,05	Valid
4	0,911	0,2201	0,000	0,05	Valid
5	0,851	0,2201	0,000	0,05	Valid
6	0,925	0,2201	0,000	0,05	Valid

Sumber: SPSS 25 data diolah

Berdasarkan Tabel 3.3 di atas dapat diketahui bahwa pada item pernyataan pertama nilai  $r_{(hitung)} 0.905 > r_{(tabel)} 0,2201$  dan nilai  $sig. 0.000 < 0.05$  yang menandakan bahwa pernyataan pertama pada variabel promosi penjualan valid. Pada item kedua yaitu nilai  $r_{(hitung)} 0.880 > r_{(tabel)} 0,2201$  dan nilai  $sig. 0.000 < 0.05$  yang menandakan bahwa pernyataan kedua pada variabel minat menjadi *entrepreneur* valid, begitu pula pada pernyataan selanjutnya. Hal tersebut menunjukkan bahwa setiap pernyataan yang disebar kepada responden pada variabel minat menjadi *entrepreneur* mampu mengukur apa yang diinginkan oleh responden.

#### **b. Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui tingkat kepercayaan setiap item pertanyaan untuk mengukur variabel yang diteliti. Instrumen penelitian dapat memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi apabila hasil dari uji instrumen tersebut relatif tetap.<sup>16</sup>

Tinggi rendahnya reliabilitas, secara empirik ditunjukkan oleh suatu angka yang disebut nilai koefisien reliabilitas. Reliabilitas yang tinggi ditunjukkan dengan nilai  $r_{xx}$  mendekati angka 1. Kesepakatan secara umum reliabilitas yang dianggap sudah cukup memuaskan jika  $> 0,700$ . Bila semakin 0 (nol) maka reliabilitasnya semakin rendah, uji reliabilitas data menggunakan rumus *Cronbach Alpha*, dengan rumus:

---

<sup>16</sup> Agung Widhi Kurniawan dan Zarah Puspitaningtyas, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Yogyakarta: Pustaka, 2016) h 97.

$$S_I^2 = \frac{\sum X_i^2}{n} \left( 1 - \frac{\sum X_i}{n} \right)^2$$

Keterangan :

$\sum X_i$  = Jumlah skor setiap butir

$\sum X_i^2$  = Jumlah kuadrat skor setiap butir

Adapun hasil uji reliabilitas pada SPSS 25 dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.9**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

<b>Variabel</b>	<b>Cronbach Alpha</b>	<b>No Item</b>	<b>Keterangan</b>
<i>Perceived Desirability</i>	0,886	9	Reliabel
<i>Perceived Feasibility</i>	0,924	6	Reliabel
Minat Menjadi <i>Entrepreneur</i>	0,943	6	Reliabel

Sumber: SPSS 25 diolah 2025

Berdasarkan Tabel 3.4 di atas dapat dilihat bahwa dari 21 item pernyataan yang disebar dalam penelitian ini memiliki nilai *Cronbach Alpha* > 0.70. Nilai *Cronbach Alpha* pada variabel *perceived desirability* yaitu 0.886 > 0.70, variabel *perceived feasibility* 0.924 > 0.70 dan minat menjadi *entrepreneur* 0.943 > 0.70. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel *perceived desirability*, *perceived feasibility* dan minat menjadi *entrepreneur* valid, sehingga dapat dikatakan semua pengukuran masing-masing variabel dari kuesioner adalah reliabel yang berarti kuesioner yang digunakan dalam

penelitian ini merupakan kuesioner yang baik.

## F. Teknis Analisis Data

### 1. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

Pengujian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui nilai residu/ perbedaan yang ada dalam penelitian memiliki distribusi normal atau tidak normal. Nilai residu dapat diketahui dari kurva dalam output analisis SPSS berupa suatu bentuk kurva seperti lonceng (*bell-shaped curve*) jika data berdistribusi normal. Secara deskriptif, uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan histogram regression residual yang sudah distandarkan. Adapun secara statistik, uji normalitas dapat dilakukan dengan analisis explore dan menggunakan nilai signifikansi pada kolom *kolmogorov-smirnov*. Jika nilai probability  $sig \geq 0,05$  maka data tersebut berdistribusi normal, begitupun sebaliknya.<sup>17</sup>

#### b. Uji Heteroskedastisitas

Suatu model dikatakan memiliki problem heteroskedastisitas itu berarti ada atau terdapat varian variabel dalam model yang tidak sama. Gejala ini dapat pula diartikan bahwa dalam model terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada pengamatan model regresi tersebut. Uji heteroskedastisitas diperlukan untuk menguji ada tidaknya gejala ini. Dalam uji hetero yang akan dilakukan peneliti menggunakan

---

<sup>17</sup> Imam Machali, *Metode Penelitian Kuantitatif, Praktis Merencanakan, Panduan Dan Analisis Dalam Penelitian Kuantitatif, Melaksanakan* (Yogyakarta: FTIK UIN Kalijaga, n.d.). h 114

uji Spearman RHO. Data dinyatakan tidak terdapat heteroskedastisitas apabila nilai  $sig \geq 0,05$ , begitupun sebaliknya.<sup>18</sup>

c. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinearitas dimaksudkan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan (korelasi) yang signifikan antar variabel bebas. Jika terdapat hubungan yang cukup tinggi (signifikan), berarti ada aspek yang sama diukur pada variabel bebas. Hal ini tidak layak digunakan untuk menentukan kontribusi secara bersama-sama variabel bebas terhadap variabel terikat. Uji multikolinearitas dengan SPSS dilakukan dengan uji regresi, dengan patokan nilai VIF (*variance inflation factor*) dan koefisien korelasi antar variabel bebas. Kriteria yang digunakan adalah jika nilai VIF < 10 atau memiliki tolerance > 1, maka dikatakan tidak terdapat masalah multikolinearitas dalam model regresi. Jika koefisien korelasi antar variabel bebas kurang dari 0,5, maka tidak terdapat masalah multikolinearitas.<sup>19</sup>

## 2. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda merupakan model persamaan yang menjelaskan hubungan satu variabel tak bebas (Y) dengan dua atau lebih variabel bebas ( $X_1, X_2, \dots, X_n$ ). Tujuan dari uji regresi linier berganda adalah untuk memprediksi nilai variabel tak bebas apabila nilai-nilai variabel bebasnya diketahui.<sup>20</sup> Disamping itu juga untuk mengetahui bagaimanakah arah hubungan variabel tak bebas dengan variabel bebasnya. Persamaan

---

<sup>18</sup> Machali. *Metode Penelitian Kuantitatif*. h 127

<sup>19</sup> Machali. *Metode Penelitian Kuantitatif*. h 140

<sup>20</sup> Machali. *Metode Penelitian Kuantitatif*. h 191

regresi linier berganda secara matematik ditulis sebagai berikut :

$$\hat{Y} = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan :

$\hat{Y}$  = Variabel tak bebas (nilai variabel yang akan diprediksi)

$\alpha$  = Konstanta

$\beta_1, \beta_2$  = Nilai koefisien regresi

$X_1, X_2$  = Variabel bebas

$e$  = Standar error

### 3. Uji Hipotesis

#### a. Uji t (Parsial)

Uji t adalah uji yang menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas (*independent*) secara individual dalam menjelaskan variabel terikat (*dependent*). Jika nilai  $t$  (<sub>hitung</sub>) lebih besar dari  $t$  (<sub>tabel</sub>) atau  $t$  (<sub>hitung</sub>) >  $t$  (<sub>tabel</sub>) dan nilai signifikan lebih kecil dari 0.05 (*Sig.* < 0.05), maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.<sup>21</sup> Dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$df = n - k$$

Keterangan :

$df$  = *degree of freedom*

$n$  = jumlah sampel

$\alpha$  = 0,05

---

<sup>21</sup> Syafrida Hafni Sahir, *Metodelogi Penelitian* (Yogyakarta: KBM Indonesia, 2022). h 52

Untuk Menghitung nilai uji t digunakan rumus berikut:

$$t = \frac{r \sqrt{n-2}}{1-r^2}$$

T = Nilai uji t

r = Koefisien Korelasi

r<sup>2</sup> = Koefisien Determinasi

n = Jumlah Sampel

Dalam penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS, dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi.

b. Uji F (Simultan)

Uji f merupakan uji yang menunjukkan apakah semua variabel bebas (*independent*) yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel terikat (*dependent*). Untuk mengetahui hal tersebut dapat dilihat dalam tabel ANOVA yang telah diolah menggunakan IBM SPSS 25. Jika nilai signifikan < 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel independent secara simultan memiliki pengaruh terhadap variabel dependent.<sup>22</sup> Untuk menentukan F-tabel dapat dilihat pada tabel statistik dengan menggunakan rumus:

$$df 1 / N1 = k - 1$$

$$df 2 / N2 = n - k - 1$$

Keterangan :

---

<sup>22</sup> Syafrida Hafni Sahir. *Metodelogi Penelitian*.h 53

$df = \text{degree of freedom}$

$n = \text{jumlah sampel}$

$k = \text{jumlah variabel independen (bebas)}$

$\alpha = 0,05.$

Uji Statistik F (Mencari F hitung), F hitung dengan rumus;

$$F = \frac{R^2/k}{(1 - R^2) - (n - k - 1)}$$

Dimana :

$F = F \text{ hitung}$

$R^2 = \text{Koefisien Korelasi Ganda}$

$k = \text{Jumlah Variabel Independen}$

$n = \text{Jumlah Anggota Sampel}$

c. Uji Kofesien Determinasi ( $R^2$ )

Uji ini biasa disebut R-Square adalah uji yang digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel dependent. Jika nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel bebas (*independent*) dalam menjelaskan variasi variabel terikat (*dependent*) sangat terbatas.<sup>23</sup> Koefisien determinasi dinyatakan dengan rumus :

$$KD = r^2 \times 100\%$$

<sup>23</sup> Syafrida Hafni Sahir. *Metodelogi Penelitian*. h 54

Keterangan

KD : koefisien determinasi

$r^2$  : koefisien korelasi

d. Sumbangan relatif (SR)

Sumbangan relatif merupakan presentase perbandingan yang diberikan oleh suatu variabel independen kepada variabel *dependen* dengan variabel-variabel *independent* yang lain, dengan rumus sebagai berikut:<sup>24</sup>

$$SR\% = \frac{\alpha \sum XY}{JK_{reg}} \times 100$$

Keterangan

a = koefisien prediktor

JK<sub>reg</sub> = jumlah kuadrat regresi

$\sum XY$  = jumlah produk antara X dengan Y

SR = sumbangan relatif prediktor

Sumbangan relatif dari suatu prediktor menunjukkan besarnya sumbangan relatif dari variabel independen terhadap variabel dependen.

e. Sumbangan Efektif (SE)

Sumbangan efektif merupakan sumbangan prediktor yang dihitung dari keseluruhan efektifitas regresi yang disebut sumbangan efektif regresi. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:<sup>25</sup>

<sup>24</sup> Burhan Nurgiantoro, Gunawan, and Marzuki, *Statistik Terapan Untuk Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial* (Yogyakarta: UGM PRESS, 2009). h 321

<sup>25</sup> Nurgiantoro, Gunawan, and Marzuki. *Statistik Terapan Untuk Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, h 323

$$\text{SE\%} = \text{SR\%} \times R^2$$

Keterangan:

SR% = sumbangan relatif

$R^2$  = koefisien determinan

SE% = sumbangan efektif prediktor

Sumbangan efektif menunjukkan besarnya sumbangan setiap prediktor terhadap kriterium dengan jumlah sebesar koefisien determinasi dengan tetap memperhitungkan variabel independen lain yang tidak diteliti.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Hasil Penelitian**

##### **1. Deskripsi Lokasi Penelitian**

###### **a. Sejarah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro**

Tahun 2016 adalah tahun peralihan STAIN menjadi IAIN. Perubahan status ini tertuang dalam Peraturan Presiden No.71 tanggal 1 Agustus 2016, Menurut Perpres tersebut, pendirian IAIN Metro merupakan perubahan bentuk dari Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Jurai Siwo Metro. Perubahan status menjadi IAIN juga akan mendorong pembentukan fakultas-fakultas baru yang akan lahir sesuai dengan kebutuhan masyarakat akan pendidikan, serta pembangunan sarana dan prasarana yang lebih memadai guna mewujudkan IAIN Metro menjadi lebih baik.

Perubahan status dari STAIN Jurai Siwo Metro menjadi IAIN Metro pada tahun 2016 mendorong pembentukan fakultas-fakultas baru yang lahir sesuai dengan kebutuhan masyarakat akan pendidikan, serta pembangunan sarana dan prasarana yang lebih memadai guna mewujudkan IAIN Metro menjadi lebih baik. Di tahun 2017 berdirilah FEBI yang saat ini memiliki 4 Prodi

yaitu Ekonomi Syariah, Perbankan Syariah, Manajemen Haji dan Umroh serta Akuntansi Syariah.

Jumlah mahasiswa aktif berdasarkan data yang tersedia pada FEBI IAIN Metro sebanyak 1.417. Adapun jumlah mahasiswa berdasarkan program studi yaitu:

- Ekonomi Syariah: 767 mahasiswa.
- Perbankan Syariah: 278 mahasiswa.
- Akuntansi Syariah: 279 mahasiswa.
- Manajemen Haji dan Umrah: 93 mahasiswa

**b. Visi Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro**

Visi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro yaitu:

“Menjadi pusat studi ekonomi dan bisnis islam yang unggul di tingkat Internasional dalam sinergi *socio-eco-technopreneurship* berlandaskan nilai-nilai keIslaman dan keIndonesiaan pada tahun 2039”.

Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro yaitu:

Misi Fakultas Ekonomi Islam (FEBI) IAIN Metro kemudian diuraikan menjadi uraian sebagai berikut:

- 1) Melaksanakan kegiatan pendidikan dan pengajaran keilmuan Ekonomi dan Bisnis Islam dalam sinergi *socio-eco-technopreneurship* berlandaskan nilai-nilai keislaman dan keindonesiaan.

- 2) Melaksanakan Penelitian Kelembagaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dalam sinergi *socio-eco-techno-preneurship* berlandaskan inovasi dan kreatifitas.
- 3) Melaksanakan pangabdian masyarakat dalam sinergi *socio-eco-techno-preneurship* berbasis media digital dan ekonomi kreatif yang unggul dan mencapai kepuasan stakeholder.

Sejalan dengan misi FEBI IAIN Metro untuk mewujudkan sinergi *socio-eco-techno-preneurship* tersebut maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian ini.

## **2. Deskripsi Data Responden**

### **a. Gambaran Karakteristik Responden**

Karakteristik responden pada penelitian ini disajikan dalam bentuk deskriptif data yang telah diperoleh dalam penelitian. Data hasil penelitian diperoleh secara langsung dari responden, yakni melalui kuesioner penelitian yang telah disiapkan oleh peneliti. Setiap responden memiliki respon yang berbeda dalam menjawab instrumen penelitian sehingga diperlukan klasifikasi responden untuk mengetahui secara umum mengetahui identitas seperti jenis kelamin, dan program studi.

#### **1) Jenis Kelamin**

Data karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin ditunjukkan pada tabel berikut:

**Tabel 4.1**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Laki-Laki	7	88%
Perempuan	50	12%
Total	57	100%

Sumber: Data diolah 2025

Berdasarkan Tabel 4.1 di atas, dapat dilihat bahwa dari 57 responden, mayoritas responden adalah perempuan sebanyak 50 Mahasiswa dengan persentase 87,3% dan sedangkan laki-laki sebanyak 7 Mahasiswa dengan persentase 12,3%. Maka dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini didominasi oleh perempuan atau mahasiswa di FEBI IAIN Metro.

## 2) Program Studi

Data karakteristik responden berdasarkan program studi ditunjukkan pada tabel berikut:

**Tabel 4.2**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi**

<b>Prodi</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
AKS	12	21%
ESY	30	53%
MHU	3	5%
PBS	12	21%
<b>Total</b>	<b>57</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data diolah 2025

Berdasarkan tabel 4.2 di atas terdapat empat karakteristik responden berdasarkan program studi yakni prodi aks, esy,

mhu dan pbs. Dapat dilihat bahwa responden paling banyak didominasi oleh prodi esy sebanyak 30 responden.

### 3. Deskripsi Data Hasil Penelitian

#### a. Karakteristik Jawaban Responden Berdasarkan *Perceived Desirability* ( $X_1$ )

Berikut adalah tabel jumlah jawaban responden pernyataan indikator *perceived desirability*, berdasarkan tabel di bawah dapat dilihat pernyataan mana yang lemah dan kuat pada pernyataan per indikator *perceived desirability*.

**Tabel 4.3**  
**Total Jawaban Responden Terkait *Perceived Desirability***

No	Indikator	Pertanyaan	Total Jawaban	Skoring
1	Sikap Pribadi	1) Saya tertarik berwirausaha karena saya telah mempelajari ilmu kewirausahaan.	226	3,9
		2) Saya memiliki pandangan positif terkait aktifitas kewirausahaan.	229	4,0
		3) Saya merasa sangat semangat ketika berbicara terkait kewirausahaan.	224	3,9
		4) Saya merasa yakin ketika merencanakan kegiatan kewirausahaan.	212	3,7
		5) Saya mengikuti <i>workshop</i> atau menonton konten edukasi wirausaha untuk menambah pengetahuan kewirausahaan.	212	3,7
		6) Saya melakukan praktik kewirausahaan dikampus dengan baik.	226	3,9
		7) Saya mengikuti/ <i>mengfollow</i> akun para wirausahawan sebagai motivator.	210	3,6
2	Norma Subyektif	1) Peran dan dukungan keluarga dalam memulai usaha sangat penting.	248	4,3
		2) Peran dan dukungan keluarga tidak menjadi tolak ukur saya untuk memulai usaha melainkan niat.	203	3,5

Sumber: Data diolah 2025

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa total skoring tertinggi pada indikator norma subyektif terdapat pada item pernyataan delapan dengan total skoring 4,3 termasuk dalam kategori setuju, adapun item pertanyaan tersebut adalah peran dan dukungan keluarga dalam memulai usaha sangat penting, yang berarti menandakan bahwa peran dari lingkungan keluarga memiliki faktor yang tinggi untuk membentuk minat seseorang untuk menjadi *entrepreneur*.

Sedangkan total skoring pernyataan yang paling kecil yaitu pada indikator norma subyektif pada item pernyataan sembilan dengan skoring 3,5 termasuk dalam kategori cukup setuju, adapun item pertanyaan tersebut adalah peran dan dukungan keluarga tidak menjadi tolak ukur saya untuk memulai usaha melainkan niat. Hasil jawaban tersebut memiliki nilai yang paling rendah, hal tersebut menunjukkan bahwa dukungan keluarga memiliki peran yang sangat penting dalam membentuk minat wirsauha.

Selain indikator norma subyektif pada item pertanyaan sembilan, terdapat pula nilai skoring yang rendah seperti pada item pertanyaan empat dengan skoring 3,7, item pertanyaan lima dengan skoring 3,7, dan item pertanyaan tujuh dengan skoring 3,6. Pada item tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa kurang

mencari pengetahuan terkait kewirausahaan sehingga merasa kurang yakin ketika merencanakan kegiatan kewirausahaan.

**b. Karakteristik Jawaban Responden Berdasarkan *Perceived Feasibility* ( $X_1$ )**

*Perceived feasibility* merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi minat menurut Shapero dalam teori *the entrepreneurial event*. Berikut adalah tabel jumlah jawaban responden pernyataan indikator *perceived feasibility*:

**Tabel 4.4**  
**Total Jawaban Responden Terkait *Perceived Feasibility***

No	Indikator	Pertanyaan	Total Jawaban	Skoring
1	Efikasi Diri	a. Saya berani untuk mengambil resiko dalam berwirausaha.	229	4,0
		b. Saya percaya bahwa saya mampu melewati hambatan dalam berwirausaha.	229	4,0
		c. Saya akan terus belajar dan berusaha untuk memulai usaha karena saya sudah memiliki pengalaman berwirausaha baik di kampus maupun luar kampus.	221	3,8
		d. Saya yakin bahwa saya mampu untuk memulai usaha sendiri karena saya memiliki <i>planning</i> yang jelas.	224	3,9
		e. Saya siap menghadapi tantangan baru di dunia wirausaha.	234	4,1
		f. Pengalaman dalam berwirausaha yang saya miliki membuat saya mampu memprediksi dan mendeteksi peluang maupun resiko dengan cukup baik	224	3,9

Sumber: Data diolah 2025

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa total skoring tertinggi pada indikator generalitas yang terdapat pada item pernyataan lima dengan skoring 4,1 masuk dalam kategori setuju, adapun item pertanyaan tersebut yaitu saya siap menghadapi tantangan baru di dunia wirausaha, yang berarti menandakan bahwa mahasiswa masih merasa layak untuk menghadapi tantangan baru di dunia wirausaha.

Sedangkan total skoring pernyataan yang paling kecil yaitu pada indikator kekuatan keyakinan pada item pernyataan tiga dengan skoring 3,8 termasuk dalam kategori cukup setuju, adapun item pertanyaan tersebut adalah saya akan terus belajar dan berusaha untuk memulai usaha karena saya sudah memiliki pengalaman berwirausaha baik di kampus maupun luar kampus. Hal tersebut menandakan bahwa mahasiswa masih merasa kurang memiliki pengalaman sehingga kurang minat untuk memulai usaha.

**c. Karakteristik Jawaban Responden Berdasarkan Minat Menjadi *Entrepreneur* (Y)**

Berikut adalah tabel jumlah jawaban responden pernyataan indikator minat menjadi *entrepreneur* sebagai variabel *independent*:

**Tabel 4.5**  
**Total Jawaban Responden Terkait Minat menjadi**  
*Entrepreneur*

No	Indikator	Pertanyaan	Total Jawaban	Skoring
1	<b>Keinginan untuk menjadi <i>entrepreneur</i></b>	a. Saya ingin memiliki usaha sendiri setelah lulus kuliah.	243	4,2
		b. Dengan bekal ilmu dan pengalaman berwirausaha yang saya miliki timbul niat saya untuk berwirausaha	236	4,1
2	<b>Keinginan untuk mendapatkan keuntungan</b>	a. Saya ingin berwirausaha agar saya mendapatkan keuntungan sendiri.	225	3,9
		b. Saya berwirausaha tidak hanya karena keuntungan melainkan agar bermanfaat bagi lingkungan sekitar.	237	4,1
3	<b>Rasa senang/ kegembiraan dalam berkreasi, untuk mencapai sesuatu atau sekedar melatih energi dan kecerdikan dalam dunia wirausaha.</b>	a. Saya sangat senang jika saya menjadi wirausaha sukses.	252	4,4
		b. Saya bangga dapat berwirausaha untuk menciptakan lapangan kerja baru.	248	4,3

Sumber: Data diolah 2025

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa total skoring tertinggi pada indikator rasa senang/kegembiraan dalam berkreasi, untuk mencapai sesuatu atau sekedar melatih energi dan kecerdikan dalam dunia wirausaha yang terdapat pada item pernyataan lima dengan skoring 4,4 termasuk dalam kategori

setuju, adapun item pertanyaan tersebut yaitu saya sangat senang jika saya menjadi wirausaha sukses, yang berarti menandakan bahwa mahasiswa memiliki rasa senang yang akan menimbulkan minat menjadi wirausaha.

Sedangkan total skoring pernyataan yang paling kecil yaitu pada indikator keinginan untuk mendapatkan keuntungan yaitu pada item pernyataan tiga dengan skoring 3,9 termasuk dalam kategori cukup setuju, adapun item pertanyaan tersebut adalah saya ingin berwirausaha agar saya mendapatkan keuntungan sendiri. Hal tersebut menandakan bahwa mahasiswa merasa keuntungan sendiri bukan menjadi tujuan utama dalam berwirausaha akan tetapi dalam hal ini mahasiswa ingin bermanfaat bagi lingkungan sekitar.

#### **d. Uji Normalitas**

Uji normalitas digunakan untuk menguji data yang telah didapatkan, apakah sudah terdistribusi secara normal atau tidak normal. Uji normalitas pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan uji statistik *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*. Data dapat dinyatakan terdistribusi normal jika nilai *sig.* lebih besar dari 0.05 (*sig.* > 0.05).<sup>1</sup> Hasil uji dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

---

<sup>1</sup> Imam Machali, *Metode Penelitian Kuantitatif, Praktis Merencanakan, Panduan Dan Analisis Dalam Penelitian Kuantitatif, Melaksanakan* (Yogyakarta: FTIK UIN Kalijaga, n.d.) h 114

**Tabel 4.6**  
**Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test					
		x1	x2	y	
N		57	57	57	
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	36,39	24,98	26,51	
	Std. Deviation	4,224	3,114	2,935	
Most Extreme Differences	Absolute	,130	,161	,145	
	Positive	,092	,133	,117	
	Negative	-,130	-,161	-,145	
Test Statistic		,130	,161	,145	
Asymp. Sig. (2-tailed)		,032 <sup>c</sup>	,002 <sup>c</sup>	,009 <sup>c</sup>	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	,324 <sup>d</sup>	,127 <sup>d</sup>	,212 <sup>d</sup>	
	95% Confidence Interval	Lower Bound	,315	,121	,203
		Upper Bound	,333	,134	,220

Sumber: SPSS 25 diolah 2025

Berdasarkan Tabel 4.3 dapat dilihat output data di atas diketahui bahwa nilai signifikan  $X_1$  sebesar  $0.324 > 0.05$ ,  $X_2$  sebesar  $0.127 > 0.05$  dan  $Y$  sebesar  $0.212 > 0.05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang diuji terdistribusi dengan normal.

**e. Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan pada uji asumsi klasik heteroskedastisitas yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Data ini menggunakan metode uji Spearman RHO, data dinyatakan tidak terdapat gejala heteroskedastisitas apabila nilai *sig.* antara variabel bebas dengan variabel absolut lebih dari 0.05 (*sig.* > 0.05). Dinyatakan terdapat gejala heteroskedastisitas jika nilai *sig.*

antara variabel bebas dengan variabel absolut residual kurang dari 0.05 ( $sig. < 0.05$ ).<sup>2</sup> Model penelitian yang baik adalah tidak terdapat heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas menggunakan SPSS 25 dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.7**  
**Uji Heteroskedastisitas**

		Correlations			
		X1	X2	Unstandardized Residual	
Spearman's rho	X1	Correlation Coefficient	1,000	,748**	-,009
		Sig. (2-tailed)	.	,000	,949
	N	57	57	57	
	X2	Correlation Coefficient	,748**	1,000	,052
Sig. (2-tailed)		,000	.	,699	
N	57	57	57		
Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	-,009	,052	1,000	
	Sig. (2-tailed)	,949	,699	.	
	N	57	57	57	

Sumber: SPSS 25 diolah 2025

Pada Tabel 4.4 dapat dilihat hasil uji heteroskedastisitas menggunakan metode uji Spearman RHO dari tabel diatas menunjukkan bahwa nilai  $sig. > 0.05$ . Hal tersebut dapat ditunjukkan dengan nilai  $sig.$  variabel *perceived desirability* sebesar 0.949 dan variabel *perceived feasibility* sebesar 0.699.

<sup>2</sup> Imam Machali, *Metode Penelitian Kuantitatif, Praktis Merencanakan, Panduan Dan Analisis Dalam Penelitian Kuantitatif*. h 127

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel *independent* pada penelitian ini tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

#### f. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas (kolinieritas ganda) memiliki arti bahwa terdapat hubungan linear yang sempurna di antara beberapa atau semua variabel independent (bebas) dari model regresi ganda. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel bebas (tidak terjadi multikolinieritas).

- a. Berdasarkan nilai *tolerance*, jika  $\text{tolerance} > 0.10$  maka tidak terjadi multikolinieritas, sedangkan jika  $\text{tolerance} < 0.10$  maka terjadi multikolinieritas.
- b. Berdasarkan nilai VIF, jika nilai  $\text{VIF} < 10.00$  maka tidak terjadi multikolinieritas, sedangkan jika nilai  $\text{VIF} > 10.00$  maka terjadi multikolinieritas pada data yang diuji.<sup>3</sup>

**Tabel 4.8**  
**Uji Multikolinieritas**

Coefficients		
Model	Collienarity Statistics	
	Tolerance	VIF
<i>Perceived Desirability</i>	0,284	3,517
<i>Perceived Feasibility</i>	0,284	3,517
Dependent Variable: Minat <i>Entrepreneur</i>		

Sumber: SPSS 25 diolah 2025

<sup>3</sup> Imam Machali, *Metode Penelitian Kuantitatif, Praktis Merencanakan, Panduan Dan Analisis Dalam Penelitian Kuantitatif*. h 140

Berdasarkan Tabel 4.5 di atas terlihat bahwa nilai tolerance lebih besar dari 0.10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10.00. hal tersebut dapat ditunjukkan dengan nilai tolerance untuk *perceived desirability* sebesar 0.284 dan *perceived feasibility* sebesar 0.284. Sedangkan nilai VIF untuk *perceived desirability* sebesar 3.517 dan *perceived feasibility* sebesar 3.517, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model persamaan regresi tidak terjadi korelasi antara variabel bebasnya.

#### 4. Pengujian Hipotesis

##### a. Analisis Regresi Linier Berganda

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dengan rumus sebagai berikut:

$$\hat{Y} = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

$\hat{Y}$  = Minat menjadi *entrepreneur*

$\alpha$  = Konstanta

$\beta_1$  = Koefisien Variabel  $X_1$

$\beta_2$  = Koefisien Variabel  $X_2$

$X_1$  = *Perceived Desirability*

$X_2$  = *Perceived Feasibility*

$e$  = Standart Error/Tingkat Kesalahan

Hasil pengelolaan data melalui SPSS 25, diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.9**  
**Analisis Regresi Linier Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,881	2,474		,760	,450
	X1	,323	,130	,382	2,486	,016
	X2	,508	,174	,449	2,924	,005

a. Dependent Variable: Y

Sumber: SPSS 25 diolah 2025

Berdasarkan Tabel 4.6 dapat dilihat hasil yang diperoleh dari persamaan koefisien regresi di atas:

$$Y = 1.881 + 0.323 (X_1) + 0.508 (X_2) + e$$

- 1) Konstanta  $\alpha$  sebesar 1.881, nilai ini merupakan nilai tetap atau konstan variabel minat menjadi *entrepreneur* (Y). Jika variabel *perceived desirability* ( $X_1$ ) dan *perceived feasibility* ( $X_2$ ) bernilai 0 maka nilai variabel minat menjadi *entrepreneur* (Y) sebesar 1.881.
- 2) Besarnya koefisien regresi  $\beta_1$  bernilai positif sebesar 0.323, hal ini menunjukkan bahwa dengan meningkatnya variabel *perceived desirability* ( $X_1$ ) sebesar 1 satuan, maka variabel minat menjadi *entrepreneur* (Y) akan meningkat sebesar 0.323.

3) Besarnya koefisien regresi  $\beta_2$  bernilai positif sebesar 0.508, hal ini menunjukkan bahwa dengan meningkatnya variabel *perceived feasibility* ( $X_2$ ) sebesar 1 satuan, maka variabel minat menjadi *entrepreneur* ( $Y$ ) akan meningkat sebesar 0.508.

#### b. Uji T (Uji Parsial)

Uji t adalah uji yang menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas (*independent*) secara individual dalam menjelaskan variabel terikat (*dependent*). Jika nilai  $t$  ( $t_{hitung}$ ) lebih besar dari  $t$  ( $t_{tabel}$ ) atau  $t$  ( $t_{hitung}$ )  $>$   $t$  ( $t_{tabel}$ ) dan nilai signifikan lebih kecil dari 0.05 ( $Sig. < 0.05$ )  $df = (n-k)$  maka  $H_a$  diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel X dan variabel Y.<sup>4</sup> Hasil uji t dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.10**  
**Uji t (Uji Parsial)**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,881	2,474		,760	,450
	X1	,323	,130	,382	2,486	,016
	X2	,508	,174	,449	2,924	,005

a. Dependent Variable: Y

Sumber: SPSS 25 diolah 2025

<sup>4</sup> Syafrida Hafni Sahir, *Metodelogi Penelitian* (Yogyakarta: KBM Indonesia, 2022). h 52

Berdasarkan pada Tabel 4.7 tersebut untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat adalah sebagai berikut:

- 1) Pengaruh *perceived desirability* ( $X_1$ ) terhadap minat menjadi *entrepreneur* (Y). Berdasarkan tabel 4.10 tersebut terlihat bahwa nilai nilai  $t_{(hitung)}$  variabel  $X_1$  sebesar 2.486. Sementara nilai  $t_{(tabel)}$  pada  $alpha$  0.05 dan  $df = (57-3) = 54$  adalah 2.005. Hal ini berarti nilai  $t_{(hitung)} \geq t_{(tabel)}$ . Pada nilai signifikansi terlihat bahwa nilai sig sebesar 0.016 dan nilai  $alpha$  sebesar 0.05. Hal ini berarti nilai  $sig \leq alpha$ . Dengan demikian  $H_a$  diterima, yang berarti terdapat pengaruh secara parsial variabel *perceived desirability* ( $X_1$ ) terhadap minat menjadi *entrepreneur* (Y) dan signifikan.
- 2) Pengaruh *perceived feasibility* ( $X_2$ ) terhadap minat menjadi *entrepreneur* (Y). Berdasarkan tabel 4.10 tersebut terlihat bahwa nilai nilai  $t_{(hitung)}$  variabel  $X_2$  sebesar 2.924. Sementara nilai  $t_{(tabel)}$  pada  $alpha$  0.05 dan  $df = (57-3) = 54$  adalah 2.005. Hal ini berarti nilai  $t_{(hitung)} \geq t_{(tabel)}$ . Pada nilai signifikansi terlihat bahwa nilai sig sebesar 0.005 dan nilai  $alpha$  sebesar 0.05. Hal ini berarti nilai  $sig \leq alpha$ . Dengan demikian  $H_a$  diterima, yang berarti terdapat pengaruh secara parsial variabel *perceived desirability* ( $X_1$ ) terhadap minat menjadi *entrepreneur* (Y) dan signifikan.

### c. Uji F (Uji Simultan)

Uji F digunakan untuk menguji apakah variabel bebas secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat. Dasar pengambilan keputusan pada uji f adalah apabila nilai *sig.*  $< 0.05$  serta nilai  $f_{(hitung)} > f_{(tabel)}$  maka  $H_a$  diterima.<sup>5</sup>  $F_{(tabel)}$  dengan *alpha* 0.05 dan  $df = (57-3-1) = 53$  adalah 3.172. Hasil pengujian uji f dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.11**  
**Uji F (uji simultan)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	945,979	2	472,989	47,516	,000 <sup>b</sup>
	Residual	537,530	54	9,954		
	Total	1483,509	56			

a. Dependent Variable: Y  
b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber: SPSS 25 diolah 2025

Dari hasil pengelolaan data pada Tabel 4.8 di atas, diketahui bahwa nilai  $f_{(hitung)}$  sebesar 47.516 angka ini lebih besar dari pada  $f_{(tabel)}$  3.172. Sementara pada signifikansi juga terlihat bahwa nilai *sig.*  $0.000 < 0.05$ . Hal ini berarti dengan demikian  $H_a$  diterima, artinya secara simultan terdapat pengaruh *perceived desirability* ( $X_1$ ), *perceived feasibility* ( $X_2$ ) terhadap minat menjadi *entrepreneur* ( $Y$ ).

<sup>5</sup> Syafrida Hafni Sahir, *Metodelogi Penelitian.*, h 53

#### d. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi atau  $R^2$  digunakan untuk menjelaskan seberapa besar pengaruh variabel independent ( $X_1$ ) dan ( $X_2$ ) terhadap variabel dependent (Y) yang merupakan hasil pangkat dua dari koefisien korelasi dan dinyatakan dalam bentuk persentase (%). Hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.12**  
**Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,799 <sup>a</sup>	,638	,624	3,155
a. Predictors: (Constant), X2, X1				
b. Dependent Variable: Y				

Sumber: SPSS 25 diolah 2025

Pada Tabel 4.9 dapat dilihat bahwa nilai koefisien determinasi (Adjusted R Square R-Square) sebesar 0.624 menunjukkan bahwa variabel *perceived desirability* ( $X_1$ ), *perceived feasibility* ( $X_2$ ) dapat menjelaskan variabel minat menjadi *entrepreneur* (Y) sebesar 62,4% sedangkan sisanya sebesar 37,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

#### e. Uji Sumbangan Relatif (SR)

Sumbangan relatif merupakan presentase perbandingan yang diberikan oleh suatu variabel independen kepada variabel

dependen dengan variabel-variabel independent yang lain. Tabel hasil uji SR adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.13**  
**Uji Sumbangan Relatif**

<b>SR</b>	<b>NILAI</b>
X1	46
X2	54
<b>Total</b>	<b>100</b>

Sumber: SPSS 25 diolah 2025

Berdasarkan hasil analisis pada tabel 4.10 di atas dapat diketahui bahwa variabel  $X_1$  (*perceived desirability*) memberikan sumbangan relatif sebesar 46% dan pada variabel  $X_2$  (*perceived feasibility*) memberikan sumbangan relatif sebesar 54%, dengan nilai total sumbangan relatif yaitu 100%.

**f. Uji Sumbangan Efektif (SE)**

Sumbangan efektif merupakan sumbangan prediktor yang dihitung dari keseluruhan efektifitas regresi yang disebut sumbangan efektif regresi. Adapun hasil uji SE sebagai berikut:

**Tabel 4.14**  
**Uji Sumbangan Efektif**

<b>SE</b>	<b>NILAI</b>
X1	29
X2	35
<b>R Square</b>	<b>64</b>

Sumber: SPSS 25 diolah 2025

Berdasarkan hasil analisis pada tabel 4.11 di atas dapat diketahui bahwa variabel  $X_1$  (*perceived desirability*) memberikan sumbangan efektif sebesar 29% dan pada variabel  $X_2$  memberikan

sumbangan efektif sebesar 35%. Sumbangan efektif total sebesar 64% yang berarti variabel *perceived desirability* dan *perceived feasibility* secara bersama-sama memberikan sumbangan efektif sebesar 64% sedangkan 36% diberikan oleh variabel-variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

## **B. Pembahasan**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Perceived Desirability* Dan *Perceived Feasibility* Terhadap Minat Menjadi *Entrepreneur* Pada Mahasiswa FEBI IAIN Metro baik secara parsial maupun simultan. Pembahasan penelitian ini secara rinci dijelaskan sebagai berikut:

### **1. Pengaruh *Perceived Desirability* Terhadap Minat Menjadi *Entrepreneur* Pada Mahasiswa FEBI IAIN Metro**

Berdasarkan pengujian hipotesis bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan, terbukti dengan hasil uji t pada variabel *perceived desirability* diketahui nilai signifikan sebesar  $0.016 < 0.05$  sehingga  $H_1$  diterima. Berdasarkan dasar pengambilan keputusan dapat diartikan bahwa variabel *perceived desirability* ( $X_1$ ) berpengaruh terhadap variabel minat menjadi *entrepreneur* ( $Y$ ). Selain itu arah pada hasil persamaan regresi linear berganda menunjukkan nilai 0.323 ke arah positif menunjukkan adanya pengaruh positif variabel *perceived desirability* terhadap minat menjadi *entrepreneur*.

Hal tersebut sejalan dengan teori *entrepreneurial event* oleh Shapero bahwa terdapat tiga hal yang dapat mempengaruhi minat

wirausaha, yaitu keinginan yang dirasakan (*perceived desirability*), kelayakan yang dirasakan (*perceived feasibility*) serta kecenderungan bertindak (*propensity to act*). Indikator yang digunakan dalam variabel *perceived desirability* antara lain sikap pribadi yang dibagi menjadi tiga komponen yaitu kognitif, afektif dan konatif. Indikator yang selanjutnya yaitu norma subyektif (pengaruh lingkungan sekitar).

Komponen sikap pribadi menggambarkan bagaimana cara seseorang untuk memiliki sebuah pandangan terhadap aktivitas kewirausahaan. Mahasiswa yang memiliki pandangan positif terkait kewirausahaan secara tidak langsung akan memiliki daya tarik dan merasa ingin melakukan perilaku tertentu untuk menjadi seorang wirausaha. Begitupun sebaliknya jika mahasiswa memiliki pandangan negatif terkait kewirausahaan, maka tidak menimbulkan daya tarik terhadap aktivitas kewirausahaan. *Perceived desirability* terbentuk seperti adanya pengalaman kewirausahaan dan dukungan dari lingkungan sekitar, seperti keluarga, teman, dan kerabat.

Hasil dalam penelitian ini *perceived desirability* berpengaruh secara parsial terhadap minat menjadi *entrepreneur*, sumbangan efektif yang diberikan oleh *perceived desirability* sebesar 29% dari jumlah total 64%. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya, seperti penelitian oleh Hamzah dkk<sup>6</sup> yang berjudul “Pengaruh *Perceived Desirability* Dan *Perceived Feasibility* Terhadap

---

<sup>6</sup> Prihandani, Nurlatifah, and Nuriansyah, “Pengaruh *Perceived Desirability* Dan *Perceived Feasibility* Terhadap Intensi Berwirausaha.” *Edunomic Jurnal Pendidikan Ekonomi* 12, no 1 (2024): 66-75

Intensi Berwirausaha” memiliki hasil bahwa *perceived desirability* berpengaruh terhadap intensi berwirausaha mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Indonesia yang dipengaruhi oleh sikap, nilai, dan persepsi masing-masing individu. Selain itu penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang diteliti oleh Susetyo Darmanto<sup>7</sup> yang berjudul Pengaruh *Perceived Desirability*, *Perceived Feasibility*, dan *Propensity to Act* Terhadap Intensi Berwirausaha, pada variabel *perceived desirability* memiliki hasil yang positif dan signifikan terhadap minat wirausaha.

## **2. Pengaruh *Perceived Feasibility* Terhadap Minat Menjadi *Entrepreneur* Pada Mahasiswa FEBI IAIN Metro**

Berdasarkan pengujian hipotesis bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan, terbukti dengan hasil uji t pada variabel *perceived desirability* diketahui nilai signifikan sebesar  $0.005 < 0.05$  sehingga  $H_2$  diterima. Berdasarkan dasar pengambilan keputusan dapat diartikan bahwa variabel *perceived feasibility* ( $X_1$ ) berpengaruh terhadap variabel minat menjadi *entrepreneur* ( $Y$ ). Selain itu arah pada hasil persamaan regresi linear berganda menunjukkan 0.508 ke arah positif menunjukkan adanya pengaruh positif variabel *perceived feasibility* terhadap minat menjadi *entrepreneur*.

*Perceived feasibility* merupakan salah satu dari tiga komponen yang mempengaruhi minat wirausaha dalam teori *entrepreneurial event*

---

<sup>7</sup> Darmanto, “Pengaruh *Perceived Desirability*, *Perceived Feasibility*, Dan *Propensity to Act* Terhadap Intensi Berwirausaha.” *Jurnal Inovasi Pendidikan Ekonomi (JIPE)* 10, no 2 (2020): 144

oleh Shapero. *Perceived feasibility* atau kelayakan yang dirasakan merupakan sebuah keyakinan untuk berwirausaha yang tumbuh dari dalam diri seseorang setelah memiliki keinginan yang dirasakan (*perceived desirability*). Indikator yang digunakan untuk mengukur kelayakan (*perceived desirability*) yaitu efikasi diri. Efikasi diri merupakan rasa percaya diri seseorang bahwa dirinya mampu dalam menjalani suatu hal. Terdapat tiga komponen efikasi diri yaitu tingkat kesulitan, kekuatan keyakinan dan generalitas. Ketika mahasiswa merasa memiliki efikasi diri yang tinggi terhadap aktifitas kewirausahaan, maka minat menjadi *entrepreneur* akan meningkat.

Variabel *perceived feasibility* memberikan sumbangan efektif sebesar 35% dari jumlah total R Square 64%. Hal tersebut menandakan bahwa variabel *perceived feasibility* menyumbang lebih banyak dibandingkan variabel *perceived desirability*. Hal tersebut sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rumangkit dkk<sup>8</sup> yang berjudul “Studi eksplorasi *entrepreneurial intention* berdasarkan *Theory of Planned Behavior* dan *Theory of Entrepreneurial Event* pada mahasiswa Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya” memiliki hasil bahwa *perceived desirability* berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Hal ini menandakan bahwa ketika mahasiswa telah memiliki pandangan positif terkait kewirausahaan dan merasa layak, baik segi pengetahuan atau

---

<sup>8</sup> Stefanus Rumangkit, Sri Rahayu, and Yan Aditiya, “Studi Eksplorasi *Entrepreneurial Intention* Berdasarkan *Theory of Planned Behavior* dan *Theory of Entrepreneurial Event* Pada Mahasiswa Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya,” *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)* 3, no. 1 (2022): 11–24

memandang dirinya mempunyai kemampuan untuk mengumpulkan sumberdaya-sumberdaya (manusia, sosial, finansial) untuk membangun sebuah usaha baru, maka akan timbul minat menjadi wirausaha.

### **3. Pengaruh *Perceived Desirability* Dan *Perceived Feasibility* Terhadap Minat Menjadi *Entrepreneur* Pada Mahasiswa FEBI IAIN Metro**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kedua variabel bebas (*independent*) yaitu *perceived desirability* dan *perceived feasibility* berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap minat menjadi *entrepreneur* (*dependent*). Hal tersebut dapat dilihat dari nilai  $f$  (hitung) sebesar  $47.516 > f$  (tabel)  $3.165$  dan nilai signifikan yang diketahui sebesar  $0.000 < 0.05$ . Hal ini menunjukkan bahwa variabel *perceived desirability* ( $X_1$ ) dan *perceived feasibility* ( $X_2$ ) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi *entrepreneur* ( $Y$ ) pada mahasiswa FEBI IAIN Metro.

Semakin tinggi keinginan dan keyakinan seseorang terhadap wirausaha maka semakin tinggi pula minat seseorang untuk menjadi *entrepreneur*/wirausaha. Hasil nilai koefisien determinasi (Adjusted R-Square) yang diperoleh sebesar  $0.624$ , hal ini memiliki arti bahwa  $62,4\%$  dipengaruhi oleh *perceived desirability* dan *perceived feasibility*, sedangkan sisanya sebesar  $37,6\%$  dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada model ini. Hal tersebut membuktikan bahwanya teori *entrepreneurial event* oleh Shapero memberikan bukti bahwa *perceived desirability* dan *perceived feasibility* memiliki pengaruh yang cukup kuat terhadap minat menjadi *entrepreneur* pada mahasiswa FEBI IAIN Metro.

Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Yekti<sup>9</sup> yang berjudul *Entrepreneurial Knowledge on Entrepreneurial Intention: The Mediating of Perceived Desirability and Perceived Feasibility* dan penelitian oleh Kurjono<sup>10</sup> dengan judul intensi berwirausaha melalui model *the entrepreneurial event* memberikan hasil bahwa *perceived desirability* dan *perceived feasibility* berpengaruh secara simultan terhadap intensi atau minat berwirausaha. Ketika mahasiswa memiliki tingkat *perceived desirability* (yang dipengaruhi oleh faktor-faktor yang telah dijabarkan) dan *perceived feasibility* (keyakinan yang mantap dalam diri mahasiswa) maka akan timbulah sebuah minat untuk menjadi *entrepreneur*.

Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa teori *entrepreneurial event* oleh Shapero pengaruh *perceived desirability* dan *perceived feasibility* cukup signifikan untuk digunakan dalam mengukur minat menjadi *entrepreneur* pada mahasiswa FEBI IAIN Metro.

---

<sup>9</sup> Yekti Sulistyorini and Budi Santoso, "Entrepreneurial Knowledge on Entrepreneurial Intention: The Mediating of Perceived Desirability and Perceived Feasibility," *BASKARA : Journal of Business and Entrepreneurship* 3, no. 2 (2021): 93–101

<sup>10</sup> Kurjono, Kurniawan, and Rasto, "Intensi Berwirausaha Melalui Model the Entrepreneurial Event." *Jurnal MANAJERIAL* 19, no. 1 (2020): 53-66

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pada penelitian ini, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *Perceived desirability* secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap minat menjadi *entrepreneur*. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikan *perceived desirability* sebesar 0.016 yang berarti lebih kecil dari tingkat signifikansi yang digunakan yaitu 0.05 dan dapat juga dilihat dari nilai pada nilai  $t_{(\text{hitung})} 2.486 > t_{(\text{tabel})} 2.005$ .
2. *Perceived feasibility* secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap minat menjadi *entrepreneur*. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikan *perceived feasibility* sebesar 0.005 yang berarti lebih kecil dari tingkat signifikansi yang digunakan yaitu 0.05 dan dapat juga dilihat dari nilai nilai  $t_{(\text{hitung})} 2.924 > t_{(\text{tabel})} 2.005$ .
3. *Perceived desirability* dan *perceived feasibility* secara simultan mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat menjadi *entrepreneur* dengan nilai yang diperoleh yaitu  $f_{(\text{hitung})} 47.516 > f_{(\text{tabel})} 3.172$  atau nilai signifikan yang dihasilkan  $0.000 < 0.05$ . Nilai Adjusted R Square pada variabel *perceived desirability*, *perceived feasibility* sebesar 0.624 menunjukkan bahwa dua variabel tersebut dapat menjelaskan variabel minat menjadi *entrepreneur* sebesar 62,4% sedangkan sisanya sebesar

37,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

4. *Perceived desirability* memberikan sumbangan relatif sebesar 46 % dan *perceived feasibility* sumbangan relatif sebesar 54%. Sedangkan sumbangan efektif variabel *Perceived desirability* sebesar 29% dan variabel *perceived feasibility* sebesar 35%.

## **B. Saran**

Penelitian ini dilakukan dengan melihat berbagai fakta yang terjadi di lapangan. Oleh karena itu, peneliti dapat memberikan saran kepada pihak-pihak terkait:

1. Bagi mahasiswa
  - a. Mahasiswa yang akan berwirausaha atau sudah memiliki rencana untuk berwirausaha disarankan agar menyusun rencana usahanya dengan mencari informasi terlebih dahulu terkait usaha yang akan dijalani seperti belajar melalui membaca, mengikuti seminar/*workshop* kewirausahaan atau menonton konten edukasi dan mencari tahu resiko yang mungkin terjadi. Hal ini dilakukan agar para mahasiswa yang akan membangun usaha memiliki pengalaman dan menjadi lebih percaya diri dan juga lebih yakin dengan usaha yang akan dijalaninya.
  - b. Mahasiswa yang telah berwirausaha diharapkan lebih aktif lagi dalam pencarian ilmu maupun metode-metode yang diperlukan dalam usaha yang dijalaninya agar mahasiswa bisa lebih memahami bagaimana cara mempertahankan dan mengembangkan usaha dengan baik dan benar.

Seperti dengan membaca, mengikuti seminar/*workshop* atau mencari tahu informasi di sosial media sesuai dengan usaha yang dijalannya.

2. Bagi keluarga mahasiswa

Peran lingkungan keluarga sangatlah penting, hal ini dapat dilihat dari hasil skoring terkecil pada jawaban responden hanya sebesar 3,5. Meningkatkan peran keluarga dengan terus memberikan dukungan baik yang terlihat maupun tidak terlihat terhadap mahasiswa akan memberikan pengaruh yang besar untuk membentuk rasa yakin pada mahasiswa dengan usaha yang akan atau sedang mereka bangun. Sehingga keluarga diharapkan dapat terus memberikan peran dan dukungannya terhadap mahasiswa baik yang akan atau sudah memiliki usaha.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk dapat melakukan penelitian lanjutan dengan menggunakan variabel dan objek lain yang mungkin berpengaruh terhadap minat menjadi *enterpreuner*. Dan penelitian selanjutnya juga bisa menggunakan metode yang lain untuk lebih memperbanyak penelitian yang melibatkan tentang *perceived desirability* maupun *perceived feasibility*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Achiruddin Saleh Adnan, "*Psikologi Sosial*", Parepare: IAIN Parepare Nusantara Press, 2003.
- Afandi Hasrun US dkk, "*Pengaruh Kompetensi dan Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai Pada Kantor Wilayah Kementerian Agama, Provinsi Lampung*", *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol.11,No.1, 2020.
- Alimuddin, Agus, Lisda Aisyah, and Risa Alvia. "Persepsi Santriwati dalam Pembelian Kosmetik Berlabel Halal." *Jurnal Hukum dan Ekonomi Syariah* 10, No. 1, 2022.
- Arni, Yusni. *Pengembangan Minat Kewirausahaan*. Jawa Tengah: Eureka Media Aksara, 2023.
- Darmanto, Susetyo. "Pengaruh Perceived Desirability, Perceived Feasibility, Dan Propensity to Act Terhadap Intensi Berwirausaha." *Jurnal Inovasi Pendidikan Ekonomi (JIPE)* 10, no. 2, 2020.
- Dissanayake, DMNSW. "The Impact of Perceived Desirability and Perceived Feasibility on Entrepreneurial Intention among Undergraduate Students in Sri Lanka: An Extended Model." *Kelaniya Journal of Management* 2, No. 1, 2014.
- Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Rosdakarya, 2016.
- Khuyen, Nguyen Tan, Le Cao Thanh, Ha Kien Tan, and Tran Nha Ghi. "The Role of Perceived Feasibility and Perceived Desirability on Entrepreneurial Behaviour through Goal and Implementation Intentions of Students in Southeast Vietnam." *Nurture* 17, no. 4, 2023.
- Kintoko, Novia Dwi Rahmawati, and MKM Rizki Kurniawan Saputra, *Model Proses Kewirausahaan. Andrew's Disease of the Skin Clinical Dermatology*. Yogyakarta: UPY Press, 2023.
- Kurjono, Kurjono, Asep Kurniawan, and R. Rasto. "Intensi Berwirausaha Melalui Model the Entrepreneurial Event." *Jurnal Manajerial* 19, no. 1, 2020.
- Ladjin, Litriani, Sahamony, Kusumaningrum, Maulina, Siregar, Hubbansyah, Solikin, Silitonga, Soeyatno, Asyari, Sinaga, Amalia. *Kewirausahaan Teori Dan Praktis*. 2021st ed. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung, 2022.
- Ladjin Amalia, Litriani, Sahamony, Kusumaningrum, Maulina, Siregar, Hubbansyah, Solikin, Silitonga, Soeyatno, Asyari, Sinaga, "*Kewirausahaan Teori dan Praktis*", Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung, 2021.

- Laily, Nur, and dewi urip Wahyuni. *Efikasi Diri dan Perilaku Inovasi*. Sidoarjo: Indomedia pustaka, 2018.
- Machali, Imam. *Metode Penelitian Kuantitatif, Praktis Merencanakan, Panduan dan Analisis Dalam Penelitian Kuantitatif, Melaksanakan*. Yogyakarta: FTIK UIN Kalijaga, n.d.
- Nurgiantoro, Burhan, Gunawan, and Marzuki. *Statistik Terapan Untuk Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*. Yogyakarta: UGM PRESS, 2009.
- Prihandani, Farid Hamzah, Hasnin Aulia Nurlatifah, and Fazar Nuriansyah. "Pengaruh Perceived Desirability dan Perceived Feasibility Terhadap Intensi Berwirausaha." *Edunomic Jurnal Pendidikan Ekonomi* 12, no. 1, 2024.
- Rumangkit, Stefanus, Sri Rahayu, and Yan Aditiya. "Studi Eksplorasi Entrepreneurial Intention Berdasarkan Theory of Planned Behavior dan Theory of Entrepreneurial Event Pada Mahasiswa Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya." *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)* 3, no. 1, 2022.
- Schumpeter, Joseph. "The Theory of Economic Development." *The Theory of Economic Development*, 2021.
- Sugiyono. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Sulistyorini, Yekti, and Budi Santoso. "Entrepreneurial Knowledge on Entrepreneurial Intention: The Mediating of Perceived Desirability and Perceived Feasibility." *BASKARA: Journal of Business and Entrepreneurship* 3, no. 2, 2021.
- Syafrida Hafni Sahir. *Metodelogi Penelitian*. Yogyakarta: KBM Indonesia, 2022.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) <https://kbbi.web.id/minat>.
- J. Winardi, "Enterpreneur dan Enterpreneurship", (Jakarta, Prenada Media 2005)
- Segal, G., Borgia, D. and Schoenfeld, J. (2005). "The Motivation to Become an Enterpreneur". *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*.
- Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen*, Yogyakarta: Deepublish, 2020.
- Sandu Siyoto dan M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, Yogyakarta: Literasi Media Publishing.

<https://febi.metrouniv.ac.id/visi-fakultas-ekonomi-dan-bisnis-islam-febi-iain-metro>.

Shapero, A., & Sokol, L. The Social Dimension of Entrepreneurship. In C.A. Kent, D.L. Sexton, & K.H. Vesper (eds) *Encyclopedia of Entrepreneurship*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall 1982.

# LAMPIRAN



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : B-3380/In.28.1/J/TL.00/12/2024  
Lampiran : -  
Perihal : **SURAT BIMBINGAN SKRIPSI**

Kepada Yth.,  
Misfi Laili Rohmi (Pembimbing 1)  
Misfi Laili Rohmi (Pembimbing 2)  
di-

Tempat  
*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Dalam rangka penyelesaian Studi, mohon kiranya Bapak/Ibu bersedia untuk membimbing mahasiswa :

Nama : **DEWI WAFIQ AZIZAH**  
NPM : 2103011018  
Semester : 7 (Tujuh)  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Ekonomi Syaria'h  
Judul : **PENGARUH PERCEIVED DESIRABILITY DAN PERCEIVED  
FEASIBILITY TERHADAP MINAT MENJADI ENTREPRENEUR PADA  
MAHASISWA FEBI IAIN METRO**

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Dosen Pembimbing membimbing mahasiswa sejak penyusunan proposal s/d penulisan skripsi dengan ketentuan sebagai berikut :
  - a. Dosen Pembimbing 1 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV setelah diperiksa oleh pembimbing 2;
  - b. Dosen Pembimbing 2 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV sebelum diperiksa oleh pembimbing 1;
2. Waktu menyelesaikan skripsi maksimal 2 (semester) semester sejak ditetapkan pembimbing skripsi dengan Keputusan Dekan Fakultas;
3. Mahasiswa wajib menggunakan pedoman penulisan karya ilmiah edisi revisi yang telah ditetapkan dengan Keputusan Dekan Fakultas;

Demikian surat ini disampaikan, atas kesediaan Bapak/Ibu diucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Metro, 23 Desember 2024  
Ketua Jurusan,



**Yudhistira Ardana**  
NIP 198906022020121011

## **KUESIONER PENELITIAN**

### **PENGARUH *PERCEIVED DESIRABILITY* DAN *PERCEIVED FEASIBILITY* TERHADAP MINAT MENJADI *ENTREPRENEUR* PADA MAHASISWA FEBI IAIN METRO**

Assalamualaikum Wr Wb.

Selamat pagi/siang/sore/malam.

Perkenalkan saya Dewi Wafiq Azizah NPM 2103011018 Mahasiswa Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Metro.

Saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk menyelesaikan tugas akhir dengan judul **Pengaruh *Perceived Desirability* Dan *Perceived Feasibility* Terhadap Minat Menjadi *Entrepreneur* Pada Mahasiswa FEBI IAIN Metro.**

Oleh karena itu, saya mohon kesediaan saudara/i responden meluangkan waktunya 10-15 menit untuk mengisi kuesioner ini.

Semua informasi yang diberikan akan dijaga kerahasiaannya dan digunakan hanya untuk kepentingan penelitian. Dengan ini saya mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya atas kesediaan waktu saudara/I responden untuk mengisi kuisisioner ini.

Wassalamualaikum Wr Wb

Hormat saya,

**Dewi Wafiq Azizah**

A. Petunjuk pengisian responden

**1. Data diri responden**

**Nama/Inisial**

.....

**Jenis Kelamin**

Laki-laki

Perempuan

**Jurusan**

Akuntansi Syariah

Ekonomi Syariah

Perbankan Syariah

Manajemen Haji dan Umroh

**2. Petunjuk Pengisian Kuisisioner**

Pilihlah jawaban diantara skala 1-5 yang tersedia dikolom jawaban.

Dengan keterangan sebagai berikut:

1. (STS) Sangat Tidak Setuju

2. (TS) Tidak Setuju

3. (KS) Kurang Setuju

4. (S) Setuju

5. (SS) Sangat Setuju

Skor yang di berikan tidak mengandung nilai jawaban benar atau salah melainkan menunjukkan penilaian saudara terhadap setiap isi pernyataan.

Selamat mengerjakan.

B. Daftar Pertanyaan

<b>Variabel X<sub>1</sub> (<i>Perceived Desirability</i>)</b>			<b>STS (1)</b>	<b>ST (2)</b>	<b>KS (3)</b>	<b>S (4)</b>	<b>(SS) 5</b>
<b>Sikap pribadi</b>							
a. Kognitif	1	Saya tertarik berwirausaha karena saya telah mempelajari ilmu kewirausahaan					
	2	Saya memiliki pandangan positif terkait aktifitas kewirausahaan					
b. Afektif	3	Saya merasa sangat semangat ketika berbicara terkait kewirausahaan					
	4	Saya merasa yakin ketika merencanakan kegiatan kewirausahaan					
c. Konatif	5	Saya mengikuti <i>workshop</i> atau menonton konten edukasi wirausaha untuk menambah pengetahuan terkait kewirausahaan					
	6	Saya melakukan praktik kewirausahaan dikampus dengan baik					
	7	Saya mengikuti/mengfollow akun para wirausahawan sebagai motivator					
<b>Norma sosial</b>	8	Peran dan dukungan keluarga dalam memulai usaha sangat penting					
	9	Peran dan dukungan keluarga tidak menjadi tolak ukur saya untuk memulai usaha melainkan niat					

<b>Variabel X<sub>2</sub> (<i>Perceived Feasibility</i>)</b>			<b>STS (1)</b>	<b>ST (2)</b>	<b>KS (3)</b>	<b>S (4)</b>	<b>(SS) 5</b>
<b>Efikasi diri</b>							
a. Tingkat kesulitan	1	Saya berani untuk mengambil resiko dalam berwirausaha					
	2	Saya percaya bahwa saya mampu melewati hambatan dalam berwirausaha					
b. Kekuatan keyakinan	3	Saya akan terus belajar dan berusaha untuk memulai usaha karena saya sudah memiliki pengalaman berwirausaha baik di kampus maupun luar kampus					

	4	Saya yakin bahwa saya mampu untuk memulai usaha sendiri karena saya memiliki <i>planning</i> yang jelas					
c. Generalitas	5	Saya siap menghadapi tantangan baru di dunia wirausaha					
	6	Pengalaman dalam berwirausaha yang saya miliki membuat saya mampu memprediksi dan mendeteksi peluang maupun resiko dengan cukup baik					

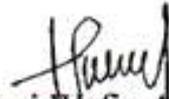
<b>Variabel Y (Minat Menjadi <i>Entrepreneur</i>)</b>			<b>STS (1)</b>	<b>ST (2)</b>	<b>KS (3)</b>	<b>S (4)</b>	<b>(SS) 5</b>
Keinginan untuk menjadi <i>entrepreneur</i>	1	Saya ingin memiliki usaha sendiri setelah lulus kuliah					
	2	Dengan bekal ilmu dan pengalaman berwirausaha yang saya miliki timbul niat saya untuk berwirausaha					
Keinginan untuk mendapatkan keuntungan	3	Saya ingin berwirausaha agar saya mendapatkan keuntungan sendiri					
	4	Saya berwirausaha tidak hanya karena keuntungan melainkan agar bermanfaat bagi lingkungan sekitar					
Kegembiraan/ rasa senang dalam berwirausaha	5	Saya sangat senang jika saya menjadi wirausaha sukses					
	6	Saya bangga dapat berwirausaha untuk menciptakan lapangan kerja baru					

Mengetahui,  
Pembimbing



**Misfi Laili Rohmi, M.Si.**  
NIP 19890329202012017

Metro, 21 Januari 2025  
Peneliti



**Dewi Wafiq Azizah**  
NPM. 2103011018



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : B-0265/In.28/D.1/TL.00/02/2025  
Lampiran : -  
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Islam IAIN Metro  
di-  
Tempat

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: B-0266/In.28/D.1/TL.01/02/2025,  
tanggal 28 Februari 2025 atas nama saudara:

Nama : **DEWI WAFIQ AZIZAH**  
NPM : 2103011018  
Semester : 8 (Delapan)  
Jurusan : Ekonomi Syari'ah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di IAIN Metro, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PENGARUH PERCEIVED DESIRABILITY DAN PERCEIVED FEASIBILITY TERHADAP MINAT MENJADI ENTREPRENEUR PADA MAHASISWA FEBI IAIN METRO".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Bapak/Ibu untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Metro, 28 Februari 2025  
Wakil Dekan Akademik dan  
Kelembagaan,



**Zumaroh S.E.I, M.E.Sy**  
NIP 19790422 200604 2 002



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki. Hajar Dewantara 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id, e-mail, iain@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN**

Nomor : B-0284/In.28.3/D.1/TL 00/03/2025

*Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Putri Swastika, M.IF.,Ph.D  
NIP : 198610302018012001  
Jabatan : Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menerangkan bahwa:

Nama : Dewi Wafiq Azizah  
NPM : 21030311018  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Judul : Pengaruh Perceived Desirability Dan Perceived Feasibility Terhadap Minat Menjadi Enterpreneur Pada Mahasiswa FEBI IAIN Metro

Telah melaksanakan *Research* di FEBI IAIN Metro dari tanggal 3 Maret 2025.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan dengan sebagaimana mestinya.

*Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*



Metro, 6 Maret 2025  
Wakil Dekan Bidang Akademik  
dan Kelembagaan FEBI

Putri Swastika *MS*



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

**SURAT TUGAS**

Nomor: B-0266/In.28/D.1/TL 01/02/2025

Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:

Nama : **DEWI WAFIQ AZIZAH**  
NPM : 2103011018  
Semester : 8 (Delapan)  
Jurusan : Ekonomi Syariah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di IAIN Metro, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PENGARUH PERCEIVED DESIRABILITY DAN PERCEIVED FEASIBILITY TERHADAP MINAT MENJADI ENTREPRENEUR PADA MAHASISWA FEBI IAIN METRO".
  2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro  
Pada Tanggal : 28 Februari 2025



Mengetahui,  
Pejabat Setempat

*Tri Pramasedia*  
**TRI PRAMASEDIA.**

Wakil Dekan Akademik dan  
Kelembagaan,



**Putri Swastika SE, M.IF**  
NIP 19361030 201801 2 001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
UNIT PERPUSTAKAAN  
NPP: 1807062F0000001**

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: [digilib.metrouniv.ac.id](http://digilib.metrouniv.ac.id); [pustaka.iain@metrouniv.ac.id](mailto:pustaka.iain@metrouniv.ac.id)

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA  
Nomor : P-112/In.28/S/U.1/OT.01/03/2025**

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama : DEWI WAFIQ AZIZAH  
NPM : 2103011018  
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2024/2025 dengan nomor anggota 2103011018

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas administrasi Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 11 Maret 2025

Kepala Perpustakaan



Dr. Asad, S. Ag., S. Hum., M.H., C.Me.  
NIP. 19750505 200112 1 002



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara 15A Iringmulyo, Metro Timur, Kota Metro, Lampung, 34111  
Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296

---

**SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI**

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa;

Nama : Dewi Wafiq Azizah  
NPM : 2103011018  
Jurusan : Ekonomi Syariah

Adalah benar-benar telah mengirimkan naskah Skripsi berjudul **Pengaruh Perceived Desirability dan Perceived Feasibility Terhadap Minat Menjadi Entrepreneur pada Mahasiswa FEBI IAIN METRO** untuk diuji plagiasi. Dan dengan ini dinyatakan **LULUS** menggunakan aplikasi Turnitin dengan **Score 22%**.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 29 April 2025  
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



**Muhammad Mujib Baidhowi, M.E.**  
NIP. 199103112020121005

---



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Kl. Hejar Dewantara Kampus 15A Irlingmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507; faksimili (0725) 47296; website: [www.mctrouniv.ac.id](http://www.mctrouniv.ac.id); E-mail: [iaimetro@metrouniv.ac.id](mailto:iaimetro@metrouniv.ac.id)

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

NAMA : Dewi Wafiq Azizah  
NPM : 2103011018

Fakultas/Jurusan : FEBI/ESY  
Semester/TA : VII/2024

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1.	Jum. lat. 27 September 2024	1. Cari teori variabel $x$ dan $y$ beserta Indikatornya 2. Gali masalah terkait minat 3. Buat prasurvey terkait minat	

Dosen Pembimbing

Mahasiswa

Misfi Laili Rohmi, M.Si.  
NIP. 198903292020122017

Dewi Wafiq Azizah  
NPM. 2103011018



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dowantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507; faksimili (0725) 47296; website: [www.metroiaiv.ac.id](http://www.metroiaiv.ac.id); E-mail: [iaimetro@metroiaiv.ac.id](mailto:iaimetro@metroiaiv.ac.id)

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

NAMA : Dewi Wafiq Azizah  
NPM : 2103011018

Fakultas/Jurusan : FEBI/ESY  
Semester/TA : VII/2024

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
2	Senin, 9 Nov 2024	1. Peringkat / Ringkas bab 1 2. Tambahkan Indikator 3. Perbaiki kalimat pada alasan mengam- bil sampel 4. Berikan tanggapan pd hasil wawancara terkait mata kuliah Ikuu 5. Perbaiki identifikasi masalah 6. Perbaiki penulisan referen 7. Bab 2 Ydulu baru x 8. Sesuaikan teori 9. Benahi hipotesis dan kerangka berfikir 10. Bab III rancangan penelitian jelaskan secara spesifik 11. Definisi operasional dibuat tabel 12. Cari rumus Isaac Michael 5%, 10% 13. Tabel diberi fotak 14. Tidak boleh ipid	

Dosen Pembimbing

Mahasiswa

**Misfi Laili Rohmi, M.Si.**  
NIP. 198903292020122017

**Dewi Wafiq Azizah**  
NPM. 2103011018



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Kl. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507; faksimili (0725) 47296; website: [www.mctrouniv.ac.id](http://www.mctrouniv.ac.id); E-mail: [iaimetro@metrouniv.ac.id](mailto:iaimetro@metrouniv.ac.id)

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

NAMA : Dewi Wafiq Azizah  
NPM : 2103011018

Fakultas/Jurusan : FEBI/ESY  
Semester/TA : VII/2024

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
3.	Kamis, 14 NOV 2024	<ul style="list-style-type: none"><li>- Perbaiki narasi rumusan masalah</li><li>- Perbaiki manfaat praktis</li><li>- Perbaiki perbedaan penelitian relevan</li><li>- Bab II sesuaikan teori Young / entrepreneur saja</li><li>- Beri pengantar dari sub judul ke ini</li><li>- typo perbaiki</li><li>- perbaiki gambar kerangka berpikir</li><li>- Bedakan antara sifat dan jenis penelitian</li><li>- Beri kepala tabel</li><li>- Pelajari subbabusan efektif / efektif</li></ul>	

Dosen Pembimbing

Mahasiswa

Misfi Laili Rohmi, M.Si.  
NIP. 198903292020122017

Dewi Wafiq Azizah  
NPM. 2103011018



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507; faksimili (0725) 47296; website: [www.metroainiv.ac.id](http://www.metroainiv.ac.id); E-mail: [mail@ainmetro@metroainiv.ac.id](mailto:mail@ainmetro@metroainiv.ac.id)

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

NAMA : Dewi Wafiq Azizah  
NPM : 2103011018

Fakultas/Jurusan : FEBI/ESY  
Semester/TA : VII/2024

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Selasa, 10 Nov 2024	<ul style="list-style-type: none"><li>- Perbaiki penyebutan lokasi penelitian</li><li>- penelitian relevan beni rugukan</li><li>- perbaiki kerangka berpikir</li><li>- rumusan masalah dan hipotesis perbaiki</li></ul>	

Dosen Pembimbing

Mahasiswa

Misfi Laili Rohmi, M.Si.  
NIP. 198903292020122017

Dewi Wafiq Azizah  
NPM. 2103011018



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507; faksimili (0725) 47296; website: [www.metrouniv.ac.id](http://www.metrouniv.ac.id); E-mail: [iaimetro@metrouniv.ac.id](mailto:iaimetro@metrouniv.ac.id)

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

NAMA : Dewi Wafiq Azizah  
NPM : 2103011018

Fakultas/Jurusan : FEBI/ESY  
Semester/TA : VII/2024

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Kamis 21 Nov 2024	ACC seminar Proposal	

Dosen Pembimbing

Mahasiswa

Misfi Laili Rohmi, M.Si.  
NIP. 198903292020122017

Dewi Wafiq Azizah  
NPM. 2103011018



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Kl. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,  
Email : [fibi.iaim@metrouniv.ac.id](mailto:fibi.iaim@metrouniv.ac.id) Website : [www.fibi.metrouniv.ac.id](http://www.fibi.metrouniv.ac.id)

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Dewi Wafiq Azizah

Fakultas/Jurusan : FEBI/ESy

NPM : 2103011018

Semester/TA : VIII/2025

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1.	21 / 2025 2.	1. Susunan Sejarah terbalik 2. Ujivaliditas dan reliabilitas di balik ke bab 3 3. Perbaiki Susunan Kalimat 4. Sesuaikan penyebutan 5. Tambah narasi di pembahasan 6. Perbaiki typo 7. Perbaiki daftar pustaka 8. Tambah footnote.	

Dosen Pembimbing

Mahasiswa Ybs,

Misfi Laili Rohmi, M.Si  
NIP. 198903292020122017

Dewi Wafiq Azizah  
NPM. 2103011018



FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Dewi Wafiq Azizah

Fakultas/Jurusan : FEBI/ESy

NPM : 2103011018

Semester/TA : VIII/2025

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	27 / 2025 / 2	AEC Munaqosyah	

Dosen Pembimbing

Mahasiswa Ybs,

Misfi Laili Rohmi, M.Si  
NIP. 198903292020122017

Dewi Wafiq Azizah  
NPM. 2103011018

**Jawaban Responden (Tabulasi Data)****Perceived Desirability (X1)**

<b>NO</b>	<b>X1.1</b>	<b>X1.2</b>	<b>X1.3</b>	<b>X1.4</b>	<b>X1.5</b>	<b>X1.6</b>	<b>X1.7</b>	<b>X1.8</b>	<b>X1.9</b>	<b>TOTAL</b>
1	4	2	2	2	4	4	2	4	2	<b>26</b>
2	4	4	4	3	3	4	3	4	3	<b>32</b>
3	5	3	5	3	5	3	5	3	5	<b>37</b>
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>36</b>
5	4	4	2	2	1	3	1	3	2	<b>22</b>
6	4	4	4	4	4	4	5	4	4	<b>37</b>
7	2	2	2	2	2	2	2	2	2	<b>18</b>
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>45</b>
9	5	5	4	3	5	4	5	5	1	<b>37</b>
10	4	4	3	4	5	4	5	4	5	<b>38</b>
11	4	5	4	5	5	4	5	4	5	<b>41</b>
12	4	4	5	4	4	3	4	4	3	<b>35</b>
13	4	4	4	3	3	4	4	4	2	<b>32</b>
14	4	4	2	4	2	4	2	4	2	<b>28</b>
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>36</b>
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>36</b>
17	4	4	4	4	4	4	4	5	4	<b>37</b>
18	4	4	4	4	4	4	4	4	3	<b>35</b>
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>36</b>
20	4	4	5	4	4	4	4	4	4	<b>37</b>
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>36</b>
22	3	3	3	2	2	5	1	5	3	<b>27</b>
23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>45</b>
24	1	4	5	5	4	3	4	5	3	<b>34</b>
25	4	5	4	4	5	5	5	5	4	<b>41</b>
26	4	5	4	4	4	5	4	5	4	<b>39</b>
27	4	4	4	4	4	4	2	5	2	<b>33</b>
28	1	1	2	1	2	2	2	2	2	<b>15</b>
29	4	5	3	3	3	4	3	5	1	<b>31</b>
30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>36</b>
31	4	4	4	4	4	4	4	5	4	<b>37</b>
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>36</b>
33	4	4	4	4	3	4	3	5	4	<b>35</b>
34	4	4	5	3	4	5	4	5	5	<b>39</b>
35	4	4	4	4	4	4	5	5	4	<b>38</b>
36	5	5	5	5	4	2	4	5	5	<b>40</b>
37	3	4	3	4	1	4	1	4	5	<b>29</b>

**Perceived Desirability (X1)**

<b>NO</b>	<b>X1.1</b>	<b>X1.2</b>	<b>X1.3</b>	<b>X1.4</b>	<b>X1.5</b>	<b>X1.6</b>	<b>X1.7</b>	<b>X1.8</b>	<b>X1.9</b>	<b>TOTAL</b>
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>36</b>
39	4	4	4	4	4	4	4	5	4	<b>37</b>
40	5	4	5	4	5	4	5	5	5	<b>42</b>
41	5	4	5	5	4	4	4	5	4	<b>40</b>
42	5	5	4	4	5	5	3	5	3	<b>39</b>
43	4	4	4	3	3	4	2	4	4	<b>32</b>
44	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>45</b>
45	4	3	3	2	2	5	4	2	1	<b>26</b>
46	5	5	4	3	3	3	3	5	2	<b>33</b>
47	4	4	4	4	4	5	4	5	1	<b>35</b>
48	4	4	5	4	4	5	4	5	4	<b>39</b>
49	5	4	5	5	5	4	5	5	5	<b>43</b>
50	4	4	3	4	3	2	4	4	4	<b>32</b>
51	4	4	4	4	4	4	4	5	5	<b>38</b>
52	4	4	4	4	4	5	4	5	4	<b>38</b>
53	4	5	4	4	4	4	4	5	4	<b>38</b>
54	3	2	3	3	3	3	3	3	3	<b>26</b>
55	4	5	4	4	4	4	4	5	5	<b>39</b>
56	4	4	4	4	3	4	3	4	3	<b>33</b>
57	2	4	4	2	2	4	2	5	2	<b>27</b>



**Perceived Feasibility (X2)**

<b>NO</b>	<b>X2.1</b>	<b>X2.2</b>	<b>X2.3</b>	<b>X2.4</b>	<b>X2.5</b>	<b>X2.6</b>	<b>TOTAL</b>
40	5	5	5	5	5	4	<b>29</b>
41	5	4	4	5	4	5	<b>27</b>
42	5	5	5	5	5	5	<b>30</b>
43	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>
44	5	5	5	5	5	5	<b>30</b>
45	4	3	3	2	2	1	<b>15</b>
46	4	4	3	4	4	3	<b>22</b>
47	5	4	4	4	5	4	<b>26</b>
48	5	4	5	5	5	5	<b>29</b>
49	5	5	5	4	4	4	<b>27</b>
50	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>
51	4	4	5	5	5	4	<b>27</b>
52	4	5	4	4	4	4	<b>25</b>
53	4	4	4	4	5	4	<b>25</b>
54	4	3	3	3	4	3	<b>20</b>
55	4	5	4	4	5	4	<b>26</b>
56	4	4	5	5	5	5	<b>28</b>
57	1	2	4	2	2	4	<b>15</b>

**Minat menjadi Entrepreneur (Y)**

<b>NO</b>	<b>Y.1</b>	<b>Y.2</b>	<b>Y.3</b>	<b>Y.4</b>	<b>Y.5</b>	<b>Y.6</b>	<b>TOTAL</b>
1	2	2	1	1	1	1	<b>8</b>
2	3	3	4	4	4	4	<b>22</b>
3	5	5	3	5	5	5	<b>28</b>
4	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>
5	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>
6	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>
7	2	2	2	2	2	2	<b>12</b>
8	5	5	5	5	5	5	<b>30</b>
9	5	5	5	5	5	5	<b>30</b>
10	4	5	4	5	4	5	<b>27</b>
11	5	5	4	5	4	5	<b>28</b>
12	3	4	3	3	4	4	<b>21</b>
13	5	4	3	3	5	5	<b>25</b>
14	4	2	4	4	4	4	<b>22</b>
15	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>
16	5	4	3	5	5	5	<b>27</b>
17	5	4	5	4	4	4	<b>26</b>
18	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>
19	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>
20	5	5	5	5	5	5	<b>30</b>
21	5	4	4	5	5	5	<b>28</b>
22	4	3	4	4	5	5	<b>25</b>
23	5	5	5	5	5	5	<b>30</b>
24	5	5	5	5	5	5	<b>30</b>
25	5	5	4	4	5	5	<b>28</b>
26	5	4	5	5	5	5	<b>29</b>
27	4	4	4	4	5	5	<b>26</b>
28	1	1	1	1	1	1	<b>6</b>
29	4	4	4	5	5	5	<b>27</b>
30	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>
31	4	4	1	2	4	4	<b>19</b>
32	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>
33	4	4	4	4	5	4	<b>25</b>
34	4	5	5	4	5	5	<b>28</b>
35	5	4	5	5	5	5	<b>29</b>
36	5	5	5	5	5	5	<b>30</b>
37	4	3	4	4	4	4	<b>23</b>
38	5	4	4	4	4	4	<b>25</b>
39	4	4	4	4	5	5	<b>26</b>

**Minat menjadi Entrepreneur (Y)**

<b>NO</b>	<b>Y.1</b>	<b>Y.2</b>	<b>Y.3</b>	<b>Y.4</b>	<b>Y.5</b>	<b>Y.6</b>	<b>TOTAL</b>
40	5	5	5	5	5	5	<b>30</b>
41	4	5	4	5	5	5	<b>28</b>
42	5	5	5	5	5	5	<b>30</b>
43	4	4	4	4	4	4	<b>24</b>
44	5	5	5	5	5	5	<b>30</b>
45	4	4	2	5	5	5	<b>25</b>
46	5	5	5	5	5	5	<b>30</b>
47	5	5	5	5	5	4	<b>29</b>
48	5	5	5	4	5	5	<b>29</b>
49	5	5	3	5	5	5	<b>28</b>
50	4	4	4	4	4	3	<b>23</b>
51	5	5	5	5	5	5	<b>30</b>
52	5	4	4	4	5	4	<b>26</b>
53	5	5	5	5	5	5	<b>30</b>
54	3	3	3	4	4	4	<b>21</b>
55	5	5	4	4	4	4	<b>26</b>
56	5	5	4	3	4	5	<b>26</b>
57	1	2	2	2	5	2	<b>14</b>



	Pearson Correlation	,486**	,424**	,648**	,609**	,829**	,236	1	,285*	,482**	,787**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,000	,000	,000	,077		,032	,000	,000
	N	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57
PER8	Pearson Correlation	,383**	,694**	,558**	,551**	,469**	,471**	,285*	1	,286*	,685**
	Sig. (2-tailed)	,003	,000	,000	,000	,000	,000	,032		,031	,000
	N	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57
PER9	Pearson Correlation	,317*	,298*	,530**	,622**	,495**	,135	,482**	,286*	1	,673**
	Sig. (2-tailed)	,016	,024	,000	,000	,000	,317	,000	,031		,000
	N	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57
TOTAL	Pearson Correlation	,684**	,733**	,814**	,832**	,841**	,493**	,787**	,685**	,673**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**Variabel X<sub>2</sub> (*Perceived Feasibility*)**

**Correlations**

		PER1	PER2	PER3	PER4	PER5	PER6	TOTAL
PER1	Pearson Correlation	1	,642**	,642**	,680**	,677**	,489**	,803**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	57	57	57	57	57	57	57
PER2	Pearson Correlation	,642**	1	,560**	,668**	,739**	,725**	,841**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	57	57	57	57	57	57	57
PER3	Pearson Correlation	,642**	,560**	1	,767**	,609**	,651**	,834**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	57	57	57	57	57	57	57
PER4	Pearson Correlation	,680**	,668**	,767**	1	,775**	,713**	,903**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	57	57	57	57	57	57	57
PER5	Pearson Correlation	,677**	,739**	,609**	,775**	1	,737**	,884**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	57	57	57	57	57	57	57
PER6	Pearson Correlation	,489**	,725**	,651**	,713**	,737**	1	,847**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	57	57	57	57	57	57	57
TOTAL	Pearson Correlation	,803**	,841**	,834**	,903**	,884**	,847**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	57	57	57	57	57	57	57

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## Variabel Y (Minat Menjadi *Entrepreneur*)

### Correlations

		PER1	PER2	PER3	PER4	PER5	PER6	TOTAL
PER1	Pearson Correlation	1	,826**	,706**	,767**	,677**	,822**	,905**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	57	57	57	57	57	57	57
PER2	Pearson Correlation	,826**	1	,662**	,728**	,669**	,789**	,880**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	57	57	57	57	57	57	57
PER3	Pearson Correlation	,706**	,662**	1	,753**	,614**	,655**	,835**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	57	57	57	57	57	57	57
PER4	Pearson Correlation	,767**	,728**	,753**	1	,753**	,824**	,911**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	57	57	57	57	57	57	57
PER5	Pearson Correlation	,677**	,669**	,614**	,753**	1	,837**	,851**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	57	57	57	57	57	57	57
PER6	Pearson Correlation	,822**	,789**	,655**	,824**	,837**	1	,925**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	57	57	57	57	57	57	57
TOTAL	Pearson Correlation	,905**	,880**	,835**	,911**	,851**	,925**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	57	57	57	57	57	57	57

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## Uji Reabilitas Instrumen

Variabel X<sub>1</sub> (*Perceived Desirability*)

### Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
,886	9

Variabel X<sub>2</sub> (*Perceived Feasibility*)

### Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
,924	6

Variabel Y (*Minat Menjadi Entrepreneur*)

### Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
,943	6

## Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test					
		x1	x2	y	
N		57	57	57	
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	36,39	24,98	26,51	
	Std. Deviation	4,224	3,114	2,935	
Most Extreme Differences	Absolute	,130	,161	,145	
	Positive	,092	,133	,117	
	Negative	-,130	-,161	-,145	
Test Statistic		,130	,161	,145	
Asymp. Sig. (2-tailed)		,032 <sup>c</sup>	,002 <sup>c</sup>	,009 <sup>c</sup>	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	,324 <sup>d</sup>	,127 <sup>d</sup>	,212 <sup>d</sup>	
	95% Confidence Interval	Lower Bound	,315	,121	,203
		Upper Bound	,333	,134	,220

## Uji Heteroskedastisitas

### Correlations

			X1	X2	Unstandardized Residual
Spearman's rho	X1	Correlation Coefficient	1,000	,748**	-,009
		Sig. (2-tailed)	.	,000	,949
		N	57	57	57
	X2	Correlation Coefficient	,748**	1,000	,052
		Sig. (2-tailed)	,000	.	,699
		N	57	57	57
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	-,009	,052	1,000
		Sig. (2-tailed)	,949	,699	.
		N	57	57	57

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## Uji Multikolinieritas

### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1,881	2,474		,760	,450		
	X1	,323	,130	,382	2,486	,016	,284	3,517
	X2	,508	,174	,449	2,924	,005	,284	3,517

a. Dependent Variable: Y

## Regresi Linier Berganda

### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,881	2,474		,760	,450
	X1	,323	,130	,382	2,486	,016
	X2	,508	,174	,449	2,924	,005

a. Dependent Variable: Y

### Uji F (Simultan)

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	945,979	2	472,989	47,516	,000 <sup>b</sup>
	Residual	537,530	54	9,954		
	Total	1483,509	56			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

### R Square (R<sup>2</sup>)

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,799 <sup>a</sup>	,638	,624	3,155

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

### Sumbangan Efektif

SE	NILAI
X1	29,1
X2	34,7
<b>R Square</b>	63,8

### Sumbanga Relatif

SR	NILAI
X1	45,6
X2	54,3
<b>TOTAL</b>	100,0

**Tabel t untuk berbagai df= n-k**

df	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005
1	6.314	12.706	25.452	63.657	127.321
2	2.92	4.303	6.205	9.925	14.089
3	2.353	3.182	4.177	5.841	7.453
4	2.132	2.776	3.495	4.604	5.598
5	2.015	2.571	3.163	4.032	4.773
6	1.943	2.447	2.969	3.707	4.317
7	1.895	2.365	2.841	3.499	4.029
8	1.86	2.306	2.752	3.355	3.833
9	1.833	2.262	2.685	3.25	3.69
10	1.812	2.228	2.634	3.169	3.581
11	1.796	2.201	2.593	3.106	3.497
12	1.782	2.179	2.56	3.055	3.428
13	1.771	2.16	2.533	3.012	3.372
14	1.761	2.145	2.51	2.977	3.326
15	1.753	2.131	2.49	2.947	3.286
16	1.746	2.12	2.473	2.921	3.252
17	1.74	2.11	2.458	2.898	3.222
18	1.734	2.101	2.445	2.878	3.197
19	1.729	2.093	2.433	2.861	3.174
20	1.725	2.086	2.423	2.845	3.153
21	1.721	2.08	2.414	2.831	3.135
22	1.717	2.074	2.405	2.819	3.119
23	1.714	2.069	2.398	2.807	3.104
24	1.711	2.064	2.391	2.797	3.091
25	1.708	2.06	2.385	2.787	3.078
26	1.706	2.056	2.379	2.779	3.067
27	1.703	2.052	2.373	2.771	3.057

28	1.701	2.048	2.368	2.763	3.047
29	1.699	2.045	2.364	2.756	3.038
30	1.697	2.042	2.36	2.75	3.03
31	1.696	2.04	2.356	2.744	3.022
32	1.694	2.037	2.352	2.738	3.015
33	1.692	2.035	2.348	2.733	3.008
34	1.691	2.032	2.345	2.728	3.002
35	1.69	2.03	2.342	2.724	2.996
36	1.688	2.028	2.339	2.719	2.99
37	1.687	2.026	2.336	2.715	2.985
38	1.686	2.024	2.334	2.712	2.98
39	1.685	2.023	2.331	2.708	2.976
40	1.684	2.021	2.329	2.704	2.971
41	1.683	2.02	2.327	2.701	2.967
42	1.682	2.018	2.325	2.698	2.963
43	1.681	2.017	2.323	2.695	2.959
44	1.68	2.015	2.321	2.692	2.956
45	1.679	2.014	2.319	2.69	2.952
46	1.679	2.013	2.317	2.687	2.949
47	1.678	2.012	2.315	2.685	2.946
48	1.677	2.011	2.314	2.682	2.943
49	1.677	2.01	2.312	2.68	2.94
50	1.676	2.009	2.311	2.678	2.937
51	1.675	2.008	2.31	2.676	2.934
52	1.675	2.007	2.308	2.674	2.932
53	1.674	2.006	2.307	2.672	2.929
54	1.674	2.005	2.306	2.67	2.927
55	1.673	2.004	2.304	2.668	2.925
56	1.673	2.003	2.303	2.667	2.923

57	1.672	2.002	2.302	2.665	2.92
58	1.672	2.002	2.301	2.663	2.918
59	1.671	2.001	2.3	2.662	2.916
60	1.671	2.0	2.299	2.66	2.915
61	1.67	2.0	2.298	2.659	2.913
62	1.67	1.999	2.297	2.657	2.911
63	1.669	1.998	2.296	2.656	2.909

Tabel r untuk df = 51-87

df = (N- 2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430

**Tabel Uji F**

$\alpha = 0,05$	$df_1=(k-1)$							
	$df_2=(n-k-1)$	1	2	3	4	5	6	7
1	161.448	199,500	215.707	224,583	230,162	233.986	236,768	238,883
2	18,513	19,000	19,164	19,247	19,296	19,330	19,353	19,371
3	10,128	9,552	9,277	9,117	9,013	8,941	8,887	8,845
4	7,709	6,944	6,591	6,388	6,256	6,163	6,094	6,041
5	6,608	5,786	5,409	5,192	5,050	4,950	4,876	4,818
6	5,987	5,143	4,757	4,534	4,387	4,284	4,207	4,147
7	5,591	4,737	4,347	4,120	3,972	3,866	3,787	3,726
8	5,318	4,459	4,066	3,838	3,687	3,581	3,500	3,438
9	5,117	4,256	3,863	3,633	3,482	3,374	3,293	3,230
10	4,965	4,103	3,708	3,478	3,326	3,217	3,135	3,072
11	4,844	3,982	3,587	3,357	3,204	3,095	3,012	2,948
12	4,747	3,885	3,490	3,259	3,106	2,996	2,913	2,849
13	4,667	3,806	3,411	3,179	3,025	2,915	2,832	2,767
14	4,600	3,739	3,344	3,112	2,958	2,848	2,764	2,699
15	4,543	3,682	3,287	3,056	2,901	2,790	2,707	2,641
16	4,494	3,634	3,239	3,007	2,852	2,741	2,657	2,591
17	4,451	3,592	3,197	2,965	2,810	2,699	2,614	2,548
18	4,414	3,555	3,160	2,928	2,773	2,661	2,577	2,510
19	4,381	3,522	3,127	2,895	2,740	2,628	2,544	2,477
20	4,351	3,493	3,098	2,866	2,711	2,599	2,514	2,447
21	4,325	3,467	3,072	2,840	2,685	2,573	2,488	2,420
22	4,301	3,443	3,049	2,817	2,661	2,549	2,464	2,397
23	4,279	3,422	3,028	2,796	2,640	2,528	2,442	2,375
24	4,260	3,403	3,009	2,776	2,621	2,508	2,423	2,355
25	4,242	3,385	2,991	2,759	2,603	2,490	2,405	2,337
26	4,225	3,369	2,975	2,743	2,587	2,474	2,388	2,321
27	4,210	3,354	2,960	2,728	2,572	2,459	2,373	2,305
28	4,196	3,340	2,947	2,714	2,558	2,445	2,359	2,291
29	4,183	3,328	2,934	2,701	2,545	2,432	2,346	2,278
30	4,171	3,316	2,922	2,690	2,534	2,421	2,334	2,266
31	4,160	3,305	2,911	2,679	2,523	2,409	2,323	2,255
32	4,149	3,295	2,901	2,668	2,512	2,399	2,313	2,244
33	4,139	3,285	2,892	2,659	2,503	2,389	2,303	2,235
34	4,130	3,276	2,883	2,650	2,494	2,380	2,294	2,225

35	4,121	3,267	2,874	2,641	2,485	2,372	2,285	2,217
36	4,113	3,259	2,866	2,634	2,477	2,364	2,277	2,209
37	4,105	3,252	2,859	2,626	2,470	2,356	2,270	2,201
38	4,098	3,245	2,852	2,619	2,463	2,349	2,262	2,194
39	4,091	3,238	2,845	2,612	2,456	2,342	2,255	2,187
40	4,085	3,232	2,839	2,606	2,449	2,336	2,249	2,180
41	4,079	3,226	2,833	2,600	2,443	2,330	2,243	2,174
42	4,073	3,220	2,827	2,594	2,438	2,324	2,237	2,168
43	4,067	3,214	2,822	2,589	2,432	2,318	2,232	2,163
44	4,062	3,209	2,816	2,584	2,427	2,313	2,226	2,157
45	4,057	3,204	2,812	2,579	2,422	2,308	2,221	2,152
46	4,052	3,200	2,807	2,574	2,417	2,304	2,216	2,147
47	4,047	3,195	2,802	2,570	2,413	2,299	2,212	2,143
48	4,043	3,191	2,798	2,565	2,409	2,295	2,207	2,138
49	4,038	3,187	2,794	2,561	2,404	2,290	2,203	2,134
50	4,034	3,183	2,790	2,557	2,400	2,286	2,199	2,130
51	4,030	3,179	2,786	2,553	2,397	2,283	2,195	2,126
52	4,027	3,175	2,783	2,550	2,393	2,279	2,192	2,122
53	4,023	3,172	2,779	2,546	2,389	2,275	2,188	2,119
54	4,020	3,168	2,776	2,543	2,386	2,272	2,185	2,115
55	4,016	3,165	2,773	2,540	2,383	2,269	2,181	2,112
56	4,013	3,162	2,769	2,537	2,380	2,266	2,178	2,109
57	4,010	3,159	2,766	2,534	2,377	2,263	2,175	2,106
58	4,007	3,156	2,764	2,531	2,374	2,260	2,172	2,103
59	4,004	3,153	2,761	2,528	2,371	2,257	2,169	2,100
60	4,001	3,150	2,758	2,525	2,368	2,254	2,167	2,097
61	3,998	3,148	2,755	2,523	2,366	2,251	2,164	2,094
62	3,996	3,145	2,753	2,520	2,363	2,249	2,161	2,092
63	3,993	3,143	2,751	2,518	2,361	2,246	2,159	2,089
64	3,991	3,140	2,748	2,515	2,358	2,244	2,156	2,087
65	3,989	3,138	2,746	2,513	2,356	2,242	2,154	2,084
66	3,986	3,136	2,744	2,511	2,354	2,239	2,152	2,082

# Google Picture

**KUESIONER PENELITIAN**

Assalamualaikum Wr Wb

Penelitian saya akan pada tanggal 2021/11/18 mahasiswa Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Matani-ponjorejo. Saya ini saya sedang melakukan penelitian untuk mengetahui peran anda dengan LSI Pengaruh Perceived Desirability dan Perceived Feasibility Terhadap Minat Menjadi Entrepreneur Pada Mahasiswa (EB) IAIN Matani. Untuk itu, saya mohon kepada saudara/saudari responden bersedia meluangkan waktunya 5-10 menit untuk mengisi kuisioner ini.

Semua informasi yang diberikan akan saya gunakan sebagai data penelitian yang akan dipaparkan pada jurnal. Dengan ini saya mohon agar terimakasih, apabila saudara/saudari bersedia untuk bersedia membantu untuk mengisi kuisioner ini.

Terima kasih dan salam sejahtera.

Nama: \_\_\_\_\_  
 Nomor HP: \_\_\_\_\_  
 Email: \_\_\_\_\_  
 Alamat: \_\_\_\_\_

Tidak Mengetahui

\* Mengetahui dan bersedia yang sudah diisi

Siswa \*

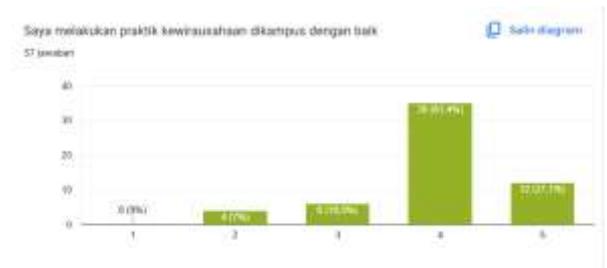
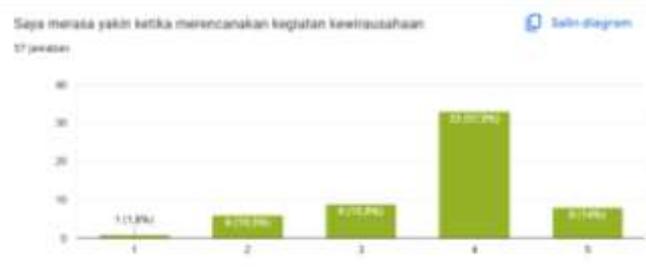
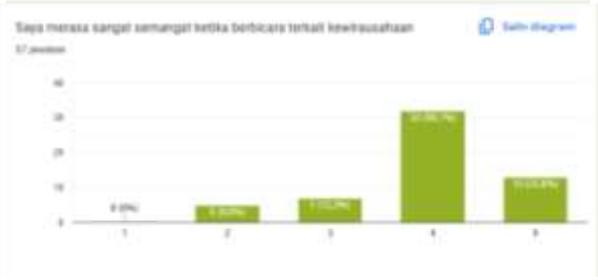
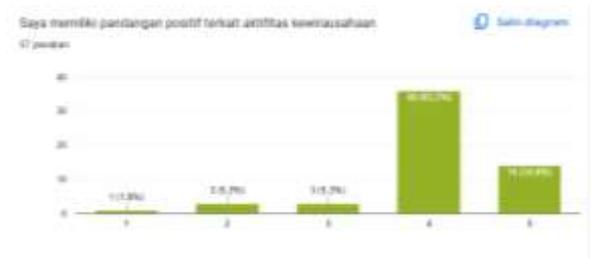
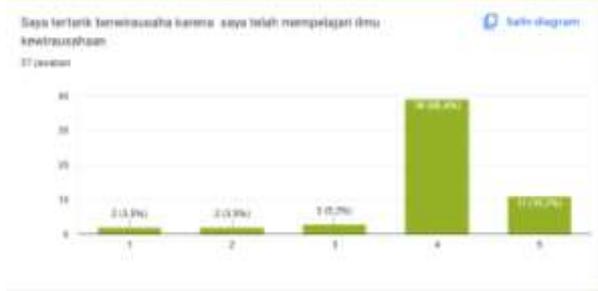
Jenis Kelamin \*

Profil Jurusan \*

Terimakasih

## 1. PETUNJUK PENGISIAN 1

### Perceived Desirability (Persepsi Keinginan)



Peran dan dukungan keluarga dalam memulai usaha sangat penting

[Salin diagram](#)

57 jawaban



Peran dan dukungan keluarga tidak menjadi tolak ukur saya untuk memulai usaha melainkan niat

[Salin diagram](#)

57 jawaban



Saya berani untuk mengambil resiko dalam berwirausaha

[Salin diagram](#)

57 jawaban



Saya percaya bahwa saya mampu melewati hambatan dalam berwirausaha

[Salin diagram](#)

57 jawaban



Saya akan terus belajar dan berusaha untuk memulai usaha karena saya sudah memiliki pengalaman berwirausaha baik di kampus maupun luar kampus

[Salin diagram](#)

57 jawaban



Pengalaman dalam berwirausaha yang saya miliki membuat saya mampu memprediksi dan mendeteksi peluang maupun resiko dengan cukup baik

[Salin diagram](#)

57 jawaban



Saya siap menghadapi tantangan baru di dunia wirausaha

[Salin diagram](#)

57 jawaban



Saya yakin bahwa saya mampu untuk memulai usaha sendiri karena saya memiliki planning yang jelas

[Salin diagram](#)

57 jawaban



Saya ingin memiliki usaha sendiri setelah lulus kuliah

[Salin diagram](#)

57 jawaban



Saya berwirausaha tidak hanya karena keuntungan melainkan agar bermanfaat bagi lingkungan sekitar

[Salin diagram](#)

57 jawaban



Saya ingin berwirausaha agar saya mendapatkan keuntungan sendiri

Selin diagram

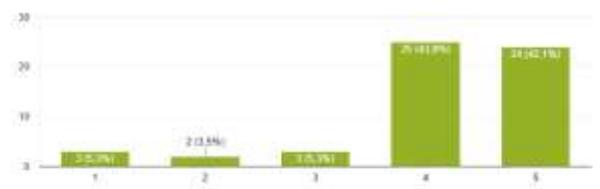
57 jawaban



Saya berwirausaha tidak hanya karena keuntungan melainkan agar bermanfaat bagi lingkungan sekitar

Selin diagram

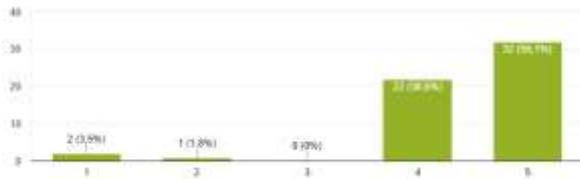
57 jawaban



Saya sangat senang jika saya menjadi wirausaha sukses

Selin diagram

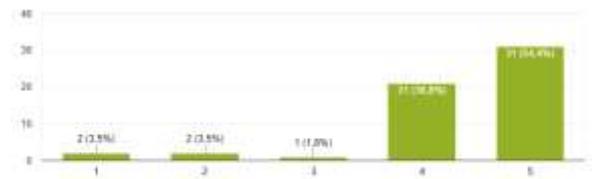
57 jawaban



Saya bangga dapat berwirausaha untuk menciptakan lapangan kerja baru

Selin diagram

57 jawaban



## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Dewi Wafiq Azizah lahir di Kosgoro 8 Februari 2003, penulis merupakan anak kedua dari tiga bersaudara, buah kasih sayang pasangan dari Ayahanda Paiman dan Ibunda Siti Rohayati. Penulis memulai pendidikan pertamanya di Paud Harapan Ibu Kotanegara tahun 2008, kemudian pada tahun 2009 melanjutkan studi di MI Nurul Muhajirin Kotanegara, pada tahun 2015 penulis melanjutkan pendidikannya di MTs Darul Ulum Baturaja, dan pada tahun 2018 penulis melanjutkan studinya di MA Al Mubarak Baturaja jurusan IPA dan selesai pada tahun 2021. Setelah selesai studinya tingkat SMA penulis diterima di Institut Agama Islam Negeri Metro Lampung jurusan Ekonomi Syariah.

Alhamdulillah atas kuasa Allah dan Ridho orang tua, penulis mampu memulai dan menyelesaikan pendidikan sarjana ini dengan baik, dan insyaAllah akan terus bermanfaat. Selain fokus untuk menyelesaikan studinya, penulis juga aktif mengembangkan diri di sebuah organisasi eksternal kampus. Penulis yakin disetiap langkah kebaikan, akan membawa suatu keberkahan yang terus mengalir.