

**PENGARUH *ENTREPRENEURIAL MINDSET*
TERHADAP KEPUTUSAN BERWIRAUSAHA
PADA GENERASI Z DI TANJUNG SELOR
MELALUI *SELF EFFICACY***

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana
(S1) Pada Fakultas Ekonomi Universitas Kaltara Tanjung Selor**

DISUSUN OLEH:

SARAH PUTRI SUWANDI

NPM. 201941041



PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS KALTARA

TANJUNG SELOR

2023

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Entrepreneurial Mindset* Terhadap
Keputusan Berwirausaha Pada Generasi Z di
Tanjung Selor Melalui *Self Efficacy*
Nama Mahasiswa : Sarah Putri Suwandi
NPM : 201941041
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Manajemen

Tim Penguji Skripsi :
Pembimbing

Dewi Qomariah Imelda, M.M. Ak
NIDN : 11.050573.02

Penguji 1

Penguji 2

Dedik Wiryawan, S.T., M.M
NIDN : 11.191179.01

Yuliansyah, S.Kom., M.M
NIDN : 11.230391.02

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Jurusan Manajemen

Dewi Qomariah Imelda, M.M. Ak
NIDN : 11.050573.02

Dedik Wiryawan, S.T., M.M
NIDN : 11.191179.01

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa skripsi berjudul :

**PENGARUH *ENTREPRENEURIAL MINDSET* TERHADAP
KEPUTUSAN BERWIRAUSAHA PADA GENERASI Z
DI TANJUNG SELOR MELALUI *SELF EFFICACY***

Yang disusun oleh Sarah Putri Suwandi, NPM. 201941041

Telah disetujui dan dipertahankan di depan Dewan Penguji

Pada tanggal 28 Juli 2023

TIM PENGUJI

Pembimbing	: Dewi Qomariah Imelda, M.M. Ak	
	NIDN : 11.050573.02	
Penguji 1	: Dedik Wiryawan, S.T., M.M	
	NIDN : 11.191179.01	
Penguji 2	: Yuliansyah, S.Kom., M.M	
	NIDN : 11.230391.02	

**Universitas Kaltara
Program Sarjana
Ketua Jurusan**

**Universitas Kaltara
Program Sarjana
Dekan Fakultas Ekonomi**

Dedik Wiryawan, S.T., M.M
NIDN : 11.191179.01

Dewi Qomariah Imelda, M.M. Ak
NIDN : 11.050573.02

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa di dalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia Skripsi dan Gelar Sarjana atas nama saya dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Tanjung Selor, 28 Juli 2023

Mahasiswa

Sarah Putri

RIWAYAT HIDUP

Sarah Putri Suwandi, yang lahir pada tanggal 7 November 2000 di Sukabumi Provinsi Jawa Barat. Merupakan putri pertama dari Bapak Wawan Suwandi dan Ibu Aisyah. Memulai pendidikan tingkat taman kanak-kanak di TK Ubrug, Sukabumi dan lulus pada tahun 2006. Pada tahun yang sama melanjutkan tingkat dasar di SDN 003 Ubrug, Sukabumi dan lulus pada tahun 2013. Pada tahun yang sama melanjutkan sekolah tingkat menengah pertama di SMPN 013 Banjarbaru dan lulus pada tahun 2016. Kemudian melanjutkan pendidikan di SMAN 3 Banjarbaru dan berhasil menyelesaikan sekolah pada tahun 2018. Setelah tamat sekolah pada tahun 2018 berhasil masuk di perguruan tinggi Universitas Kaltara Tanjung Selor dengan memilih Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen.

Tanjung Selor, 28 Juli 2023

Mahasiswa

Sarah Putri

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil Al Amin Segala Puji Dan Syukur Penulis Haturkan Atas Kehadirat Allah SWT Karena Berkat Rahmat Dan Hidayah-Nya Skripsi Ini Dapat terselesaikan.

Shalawat Dan Salam Penulis Haturkan Kepada Nabi Muhammad SAW Yang menjadi Suri Tauladan Kita Sepanjang Zaman, Secerca Karya Kecilku Ini.

Kupersembahkan Kepada : Ayahanda Tersayang Wawan Suwandi Dan Ibunda Aisyah, Saudariku terutama Humaira Issania Yang Selalu menemani dan menghibur kala mengerjakan skripsi ini.

Ibu Dosen Pembimbing yang selalu memotivasi dan sabar

Ibu Dewi Comariah Imelda, M. M., Ak

Untuk Teman-Teman Satu Almamaterku Terkhusus Sahabat-Sahabatku Kelas Fakultas Ekonomi Universitas Kaltara.

KATA PENGANTAR

Bismillaahirrahmaanirrahim,

Alhamdulillah puji dan syukur penulis limpahkan kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat, hidayah, petunjuk, pengetahuan, serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan lancar. Shalawat serta salam penulis junjungkan kepada junjungan kita Nabi Agung Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita dari jaman kejahiliyahan menuju jalan terang benderang ini.

Penulis skripsi dengan judul **“PENGARUH *ENTREPRENEURIAL MINDSET* TERHADAP KEPUTUSAN BERWIRAUSAHA PADA GENERASI Z DITANJUNG SELOR MELALUI *SELF EFFICACY*”**.

Skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, keluarga, dosen dan teman-teman yang ikhlas memberikan bantuan secara mor maupun materil. Dengan tulus dan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Orang tua penulis, Bapak Wawan Suwandi dan Ibu Aisyah telah melahirkan penulis ke dunia ini dan telah membesarkan serta merawat penulis dengan penuh cinta dan kasih sayang.
2. Dr. Didi Adriansyah, S.TP., M.M selaku Rektor Universitas Kaltara.
3. Dewi Qomariah Imelda, MM.Ak. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Kaltara dan Dosen Pembimbing yang telah banyak memberikan pengarahannya dan bimbingan serta petunjuk-petunjuk yang berguna kepada penulis guna menyempurnakan skripsi ini

4. Dedik Wiryawan, ST.MM. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Kaltara.
5. Seluruh dosen dan staf akademik Fakultas Ekonomi Universitas Kaltara yang telah memberikan bantuan fasilitas selama penulis mengikuti pendidikan.
6. Seluruh responden yang telah membantu mengisi kuesioner yang diberikan oleh peneliti. Semoga bantuan yang diberikan oleh semua pihak mendapat balasan dari Allah SWT.
7. Kerabat, saudara tercinta yang selalu ada untuk menghibur dan selalu siap membantu apapun yang dibutuhkan penulis. Serta keluarga besar penulis yang banyak memberikan bantuan secara moril maupun materil.
8. Teman-teman seperjuangan Manajemen Angkatan “2019” yang telah berjuang Bersama, berbagi senang dan susah, dan senantiasa membantu dan memberi dukungan.
9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Terimakasih telah banyak memotivasi dan membantu selama ini.

Atas segala bantuan, motivasi, bimbingan, dan juga pengarahan yang telah diberikan semoga mendapatkan balasan dari Allah SWT. Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan ini, dan penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari para pembaca demi kesempurnaan skripsi ini.

Demikian skripsi ini disusun dan semoga apa yang penulis sajikan dapat berguna bagi penulis maupun bagi para pembaca untuk menambah bekal ilmu pengetahuan bagi kita semua.

Tanjung Selor, 28 Juli 2023

Mahasiswa

Sarah putri

ABSTRACT

Sarah putri suwandi, Pengaruh *Entrepreneurial Mindset* terhadap Keputusan Berwirausaha Melalui pada Generasi Z di Tanjung Selor Melalui *Self Efficacy*. Bimbingan Ibu Dewi Qomariah Imelda, MM., Ak. Tujuan Penelitian ini untuk mengetahui apakah *Entrepreneurial Mindset* berpengaruh terhadap Keputusan Berwirausaha pada Generasi z di Tanjung Selor melalui *Self Efficacy*. Jenis metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah Generasi z di Tanjung Selor. Jumlah responden yang diteliti adalah 100 responden. Pengumpulan data berupa kuesioner, teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah SPSS versi 23 dan SEM 24. Hasil penelitian ini adalah : (1) Ditemukan bahwa terdapat hubungan *Entrepreneurial Mindset* terhadap Keputusan Berwirausaha berpengaruh positif signifikan dengan nilai *P-Value* sebesar 0.007. (2) *Self Efficacy* berpengaruh positif signifikan dengan nilai *P-value* sebesar 0.000. (3) *Entrepreneurial Mindset* berpengaruh positif tidak signifikan terhadap *Self Efficacy* dengan nilai *P-Value* sebesar 0.071

Kata Kunci : *Entrepreneurial Mindset*, Keputusan Berwirausaha, *Self Efficacy*.

ABSTRACT

Sarah putri suwandi. *The Effect of Entrepreneurial Mindset on Entrepreneurial Decisions Through Generation Z in Tanjung Selor Through Self Efficacy*. Guidance by Mrs. Dewi Qomariah Imelda, MM., Ak. The purpose of this study was to find out whether Entrepreneurial Mindset influences Entrepreneurial Decisions in Generation z in Tanjung Selor through Self Efficacy. The type of research method used is quantitative. The population in this study is Generation z in Tanjung Selor. The number of respondents studied was 100 respondents. Data collection was in the form of a questionnaire, the data analysis technique used in this study was SPSS version 23 and SEM 24. The results of this study were: (1) It was found that there was a relationship between Entrepreneurial Mindset and Entrepreneurial Decisions with a significant positive effect with a P-Value of 0.007. (2) Self-Efficacy has a significant positive effect with a P-value of 0.000. (3) Entrepreneurial Mindset has no significant positive effect on Self Efficacy with a P-Value of 0.071.

Keywords: *Entrepreneurial Mindset, Entrepreneurial Decisions, Self Efficacy.*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
RIWAYAT HIDUP.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRACK.....	x
<i>ABSTRACK</i>	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB 1.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Batasan Masalah.....	8
BAB II.....	9
TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Manajemen Sumber Daya Manusia.....	9
2.1.2 <i>Entrepreneurial Mindset</i>	10
2.1.3 <i>Self Efficacy</i>	18

2.1.4 Keputusan Berwirausaha.....	26
2.2 Penelitian Terdahulu	34
2.2.1 Lailatul Azizah (2019)	34
2.2.2 Abdul Manan (2020)	35
2.2.3 Muhammad Riski (2022)	37
2.2.4 Muhammad Taufiq, Indrayeni (2022).....	39
2.2.5 Nandi Ilham Maulana (2022)	40
2.3 Hubungan Antara Variabel dan Hipotesis.....	41
2.3.1 Hubungan Antara <i>Entrepreneurial Mindset</i> Terhadap Keputusan Berwirausaha.....	41
2.3.2 Hubungan Antara <i>Self Efficacy</i> Terhadap Keputusan Berwirausaha ...	42
2.3.3 Hubungan Antara <i>Entrepreneurial Mindset</i> Terhadap <i>Self efficacy</i>	42
2.4 Kerangka Konseptual Penelitian	43
BAB III.....	45
METODOLOGI PENELITIAN	45
3.1 Rancangan Penelitian	45
3.1.1 Jenis Penelitian.....	45
3.2 Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian.....	46
3.3 Populasi Dan Sampel	47
3.2.1 Populasi	47
3.2.2 Sampel.....	47
3.4 Definisi Operasional Variabel	48
3.5 Sumber Data	50
3.6 Metode Pengumpulan Data	51
3.7 Instrumen Penelitian.....	51

3.7.1 Uji Validitas	52
3.7.2 Uji Reliabilitas.....	53
3.8 Metode Analisis Data	54
BAB 1V	63
HASIL DAN PEMBAHASAN	63
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	63
4.2 Karakteristik Responden	67
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	67
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	68
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	69
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Lulus	71
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian.....	72
4.3.1 Deskripsi Variabel <i>Entepreneurial Mindset</i>	73
4.3.2 Deskripsi Variabel <i>Self Efficacy (Z)</i>	74
4.3.3 Deskripsi Variabel Keputusan Berwirausaha (Y)	76
4.4 Instrumen Penelitian.....	78
4.4.1 Hasil Uji Instrumen Validitas Penelitian.....	78
4.4.2 Uji Realibilitas.....	79
4.5 Hasil Pengujian SEM	80
4.5.1 Normalitas	80
4.5.2 Outlier.....	81
4.5.3 Linieritas.....	81
4.6 Goodness Of Fit Model	82
4.7 Model Pengukuran (CFA).....	83
4.8 Model Struktural	86

4.9 Pengujian Hipotesis.....	90
4.10 Pembahasan.....	91
4.10.1 Semakin Baik <i>Entrepreneurial Mindset</i> Maka Akan Semakin Tinggi Keputusan Berwirausaha.....	91
4.10.2 Semakin Baik <i>Self Efficacy</i> akan semakin tinggi Keputusan Berwirausaha	93
4.10.3 Semakin Baik <i>Entrepreneurial Mindset</i> maka akan semakin tinggi <i>Self Efficacy</i>	95
4.11 Koefisien Determinasi.....	96
BAB V	97
KESIMPULAN DAN SARAN	97
5.1. Kesimpulan.....	97
5.2. Saran.....	98
DAFTAR PUSTAKA	101
LAMPIRAN	104

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Rencana Kegiatan Penelitian	44
Tabek 3.2 Kriteria <i>Goodness Of Fit</i>	57
Tabel 4.1 Jumlah Generasi Z.....	61
Tabel 4.2 Jenis Usaha Generasi Z.....	63
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	64
Tabel 4.4 Karakteristik Berdasarkan Usia	65
Tabel 4.5 Karakteristik Berdasarkan Pendidikan	66
Tabel 4.6 Karakteristik Berdasarkan Tahun Lulus	67
Tabel 4.7 Tabel Nilai dan Predikat.....	68
Tabel 4.8 Deskripsi Variabel <i>Entrepreneurial Mindset</i>	69
Tabel 4.9 Deskripsi Variabel <i>Self Efficacy</i>	71
Tabel 4.10 Deskripsi Variabel Keputusan Berwirausaha.....	73
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas.....	75
Tabel 4.12 Hasil Uji Realibilitas.....	76
Tabel 4.13 Hasil Pengujian Asumsi Linieritas	78
Tabel 4.14 Hasil Pengujian <i>Goodnes Fit Overall Model</i>	79
Tabel 4.15 Hasil Pengukuran CFA.....	80
Tabel 4.16 Hasil Analis Jalur Pengaruh Langsung	82
Tabel 4.17 Model Struktural Hasil Sem Pengaruh Tidak Langsung	85

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Hasil Wawancara Terhadap Generasi z.....	2
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	42
Gambar 4.2 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	64
Gambar 4.3 Karakteristik Berdasarkan Usia	65
Gambar 4.4 Karakteristik Berdasarkan Pendidikan	66
Gambar 4.5 Karakteristik Berdasarkan Tahun Lulus	67
Gambar 4.7 Hasil Pengukuran Dengan Model SEM	68

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pengangguran menjadi masalah serius di Indonesia yang masih sulit diatasi. Program pemerintah untuk mengurangi pengangguran belum mampu mengurangi pengangguran secara signifikan. Penyebabnya karena jumlah penduduk yang besar dan pertumbuhan penduduk yang semakin meningkat, tidak disertai bertambahnya lapangan pekerjaan. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) Tahun 2023 menyatakan pada Tahun 2022, jumlah pengangguran di Indonesia mencapai 8,4 juta orang, sementara di Kabupaten Bulungan yang mencakup Kecamatan Tanjung Selor jumlah pengangguran pada Tahun 2022 sebanyak 3.245 ribu orang. Berdasarkan dari angka yang cukup fantastis tersebut, jelas sekali bahwa angka pengangguran masih sangat besar.

Oleh sebab itu harus ada solusi agar pengangguran dapat di minimalisir dan agar masyarakat Indonesia khususnya di Tanjung Selor dapat menjadi manusia yang berprestasi dan dapat mensejahterakan kehidupannya. Generasi Z sebagai salah satu golongan masyarakat yang diharapkan menjadi pemimpin-pemimpin bangsa masa depan, sudah sepantasnya menjadi pelopor dalam mengembangkan semangat kewirausahaan. Dengan bekal pendidikan tinggi yang diperoleh di bangku sekolah maupun kuliah dan idealisme yang terbentuk, diharapkan mampu mengembangkan diri menjadi seorang wirausahawan dan meminimalisir pengangguran khususnya di Tanjung Selor. Namun menjadi wirausaha tidaklah

semudah yang dibayangkan, akan banyak sekali permasalahan yang generasi z hadapi nantinya.

Generasi Z yang berada di Tanjung Selor sendiri sudah cukup banyak dari mereka yang memutuskan untuk berwirausaha. Sebagai orang yang akan melakukan penelitian, peneliti memiliki dugaan sementara terkait faktor-faktor yang mempengaruhi sebagian besar dari Generasi Z di Tanjung Selor yang notabennya adalah yang baru lulus dari Sekolah Menengah Atas maupun Perkuliahan atau disebut *fresh graduate* lebih banyak memilih memutuskan untuk berwirausaha. Berdasarkan Dugaan peneliti, Keputusan berwirausaha ini muncul karena adanya beberapa faktor diantaranya tidak ingin bekerja dibawah tekanan orang lain, tidak khawatir terhadap gaji yang kecil, berwirausaha demi kemandirian agar tidak bergantung dengan orang lain dan cita-cita sedari kecil ingin menjadi *entrepreneur*.

Dugaan ini juga tidak semata-mata muncul begitu saja, tetapi peneliti berdiskusi dengan beberapa Generasi Z yang dimana mereka sudah pernah merasakan bekerja dengan orang lain sebagai karyawan, banyak sekali tekanan yang mereka rasakan seperti beban kerja yang berlebihan dan tidak sesuai dengan kapasitas. Dan pada akhirnya menjadikan lingkungan kerja tersebut menjadi *toxic*. Oleh karena itu muncul keinginan untuk melepaskan diri dari lingkungan yang tidak sesuai, disamping guna menemukan arti baru bagi kehidupannya yaitu dengan memutuskan berwirausaha.

Untuk mengetahui lebih dalam lagi, peneliti melakukan observasi lapangan dengan mengajukan pertanyaan kepada 20 responden generasi z yang ada di

Tanjung Selor yang diperkuat dengan satu pertanyaan yaitu, “Sebagai generasi z, apa pekerjaan ideal yang anda inginkan?”

Gambar 1.1

Hasil Wawancara Terhadap Generasi Z di Tanjung Selor



Sumber: Dikembangkan untuk penelitian (2023)

Dari gambar 1.1 ternyata menunjukkan survei sama dengan dugaan awal peneliti. Generasi Z lebih memilih untuk menjadi *entrepreneur* dengan persentase sebanyak 60%, Pegawai Negeri Sipil Sebanyak 30% dan Pegawai swasta yang persentasenya hanya mencapai 10%.

Berdasarkan hasil tersebut fenomena ini menarik untuk diteliti, karena dugaan dari hasil diskusi yang pernah peneliti lakukan, Generasi Z cenderung lebih tertarik menjadi *entrepreneur*. Melihat di Tanjung Selor sendiri jumlah generasi z yang berwirausaha sudah cukup banyak. Diantaranya adalah usaha *coffe shop*, sembako, pakaian, aksesoris, usaha yang bergerak dibidang jasa, dan lain-lain. Namun demikian pada kenyataan sebenarnya di Tanjung Selor, jumlah Generasi Z yang

belum berwirausaha masih lebih banyak dibandingkan yang sudah berwirausaha, artinya keputusan berwirausaha pada Generasi Z masih terbilang rendah.

Permasalahan-permasalahan Generasi Z dalam memutuskan berwirausaha baik yang sudah menjalankan usaha maupun yang akan menjalankan usaha adalah sulitnya membentuk, melatih, dan mengembangkan *entrepreneurial mindset* dalam diri Generasi Z. Karena melihat sebagian besar dari mereka yang akan terjun ke dalam dunia maupun yang sudah terjun ke dalam dunia wirausaha adalah tidak berani berinovasi, takut akan kegagalan, tidak memiliki keberanian dalam mengambil resiko dan cenderung mengambil langkah aman. Fenomena yang terjadi pada Generasi Z di Tanjung Selor terkhususnya mereka yang sudah menjalankan usaha yaitu tidak adanya keberanian diri dalam melakukan inovasi-inovasi untuk menciptakan hal-hal baru, yang menjadikan usaha-usaha mereka walaupun bervariasi tetapi terkesan sama, seperti contoh para pelaku usaha *coffee shop* yang hampir semua *coffee shop* yang berada di Tanjung Selor memakai konsep yang sama sesuai tren yang ada. Para pelaku usaha pakaian, dengan model dan bahan pakaian yang hampir sama pada setiap toko, hal itu mengakibatkan tidak adanya variasi dan ciri khas pada setiap toko. Begitupun juga dengan para pelaku usaha aksesoris dan lain-lainnya.

Permasalahan terkait inovasi merupakan masalah yang cukup serius. Sebagian besar adalah takut akan kegagalan dan tidak memiliki keberanian dalam mengambil resiko jika melakukan inovasi-inovasi baru dan keluar dari zona nyaman. Dengan adanya permasalahan tersebut maka *mindset* Generasi Z perlu diperbaiki dengan lebih berani menghadapi tantangan, tidak takut untuk berinovasi dan mengambil

resiko terhadap keputusan untuk berwirausaha. Dikarenakan individu yang memiliki *entrepreneurial mindset* yang baik, mereka dapat mengubah cara pandangnya untuk mendorong berfikir dengan keyakinan yang tinggi dan lebih berani dalam mengambil keputusan. Maka dari itu takut akan kegagalan diharapkan tidak ada lagi dalam kamus seorang wirausahawan pada Generasi Z di Tanjung Selor.

Selain *entrepreneurial mindset* permasalahan lain yang justru lebih besar yaitu datang dari dalam diri Generasi Z itu sendiri, yaitu rendahnya keyakinan diri terhadap kemampuan yang dimiliki atau dinamakan *self efficacy*. Walaupun sebagian besar dari Generasi Z pernah mempelajari bahkan praktek lapangan disekolah maupun diperkuliahan tentang kewirausahaan, bagaimana meningkatkan kepercayaan terhadap diri sendiri dengan tidak takut keluar dari zona nyaman, percaya bahwa diri sendiri mampu menghadapi segala tantangan yang akan datang, meyakinkan diri sendiri bahwa diri mampu melakukan inovasi-inovasi baru , tetapi ternyata itu tidak cukup kuat untuk membuat *self efficacy* muncul dalam diri Generasi Z. Karena bagaimanapun hal terpenting adalah berasal dari individu itu sendiri. Maka *self efficacy* merupakan faktor penting yang harus ditingkatkan.

Self Efficacy mampu mendorong atau memotivasi diri sendiri untuk tidak takut terhadap tantangan apapun, selalu berfikir positif terhadap diri sendiri, dan dapat meyakinkan diri sendiri untuk harus selalu menciptakan inovasi-iovasi terhadap usaha yang akan atau sedang mereka jalankan. Untuk meningkatkan *self efficacy*, salah satu hal penting yang perlu dilakukan yaitu, individu perlu mengamati seseorang yang telah berhasil dalam usahanya dengan cara yang telah dilakukan.

Saat melihat seseorang menjadi sukses dan performanya dihargai, maka individu akan termotivasi dan menjadikannya sebagai *role model* untuk menambah keyakinan individu dalam melakukan sesuatu hal yang sama dan tidak ada kata malas dalam diri untuk memutuskan sesuatu. Dengan begitu diharapkan *self efficacy* dalam diri generasi z muncul dan menjadi kuat agar kelak Generasi Z lebih berani menghadapi segala resiko terhadap pengambilan keputusan berwirausaha.

Dengan adanya permasalahan terkait fenomena Generasi Z di Tanjung Selor dalam mengambil keputusan berwirausaha yang diakibatkan oleh sulitnya membentuk, melatih, dan mengembangkan *entrepreneurial mindset* dan *Self Efficacy* yang tidak kuat dalam diri Generasi Z. Maka dengan adanya fenomena tersebut semakin membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih dalam lagi agar mengetahui seberapa pengaruhnya *entrepreneurial mindset* dan *self efficacy* terhadap keputusan berwirausaha pada Generasi Z di Tanjung Selor.

Dari latar belakang tersebut maka peneliti tertarik untuk mengambil judul **“PENGARUH *ENTREPRENEURIAL MINDSET* TERHADAP KEPUTUSAN BERWIRAUSAHA PADA GENERASI Z DI TANJUNG SELOR MELALUI *SELF EFFICACY*”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah digambarkan, untuk memperjelas persoalan maka disusun rumusan masalah sebagai berikut:

1. Seberapa besar *Entrepreneurial mindset* berpengaruh terhadap keputusan berwirausaha pada Generasi Z di Tanjung Selor ?

2. Seberapa besar *self efficacy* berpengaruh terhadap keputusan berwirausaha pada Generasi Z di Tanjung Selor?
3. Seberapa besar *Entrepreneurial Mindset* berpengaruh terhadap *Self efficacy* pada Generasi Z di Tanjung Selor?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui seberapa besar *Entrepreneurial Mindset* berpengaruh terhadap Keputusan Berwirausaha pada Generasi Z di Tanjung Selor.
2. Untuk mengetahui seberapa besar *self efficacy* berpengaruh terhadap keputusan berwirausaha pada Generasi Z di Tanjung Selor.
3. Untuk mengetahui Seberapa besar pengaruh *Entrepreneurial Mindset* terhadap *Self efficacy* pada Generasi Z di Tanjung Selor.

1.4 Manfaat Penelitian

Bersumber pada latar belakang, rumusan masalah, serta tujuan penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya, sehingga riset ini dimaksudkan bisa memberi manfaat teoritis serta praktis. Adapun secara rinci manfaat hasil riset ini yakni:

1. Bagi Penulis

Mampu memberi tambahan wawasan dan penerapan pengembangan ilmu yang telah dipelajari dan selanjutnya dapat pula diterapkan dalam berwirausaha kelak.

2. Manfaat Teoritis

Memberikan manfaat dan pendalaman akan pengaruh *Entrepreneurial Mindset* dan *self efficacy* terhadap keputusan menjadi wirausaha bagi semua khalayak umum terkhusus Generasi Z yang ada di Tanjung Selor. Disamping itu, riset ini dimaksudkan bisa dijadikan referensi oleh pihak lain yang mempunyai keinginan melaksanakan kajian atau riset yang serupa.

3. Bagi Akademik

Diharapkan melalui mata kuliah Kewirausahaan mampu menjembatani mahasiswa Universitas Kaltara dalam meningkatkan *self efficacy* dan pengetahuan tentang *entrepreneurial mindset*.

Agar kelak keputusan berwirausaha mahasiswa semakin tinggi.

1.5 Batasan Masalah

Penulis membatasi penelitian pada Pengaruh *Entrepreneurial Mindset* Terhadap Keputusan Berwirausaha Pada Generasi Z di Tanjung Selor Melalui *Self Efficacy*. Dan penelitian ini dibatasi pada Generasi Z yang sudah lulus dari sekolah dan universitas.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Manajemen Sumber Daya Manusia

Manajemen Sumber Daya Manusia Menurut Melayu SP. Hasibuan dalam (Sutrisno, 2017) MSDM adalah ilmu dan seni mengatur hubungan dan peranan tenaga kerja agar efektif dan efisien membantu terwujudnya tujuan perusahaan, karyawan dan masyarakat. Menurut Anwar Prabu Mangkunegara dalam (Sutrisno, 2017), mengemukakan bahwa : “Manajemen sumber daya manusia (MSDM) adalah suatu pengelolaan dan pendayagunaan sumber daya yang ada pada individu (pegawai), pengelolaan dan pendayagunaan tersebut dikembangkan secara maksimal didalam dunia kerja untuk mencapai tujuan organisasi dan pengembangan individu pegawai. Menurut Simamora dalam (Sutrisno,2017) manajemen sumber daya manusia adalah pendayagunaan, pengembangan, penilaian, pemberian balas jasa dan pengelolaan individu anggota organisasi atau kelompok pekerja. Mary Parker Follet dalam Mardalena (2017:1), dalam bukunya “menjelaskan manajemen sebagai seni menyelesaikan pekerjaan melalui orang lain.

Definisi ini berarti bahwa seorang manajer bertugas mengatur dan mengarahkan orang lain untuk mencapai tujuan organisasi” Menurut Gauzali dalam Eri Susan (2019:956), MSDM merupakan kegiatan yang harus dilaksanakan organisasi, agar pengetahuan (*knowledge*), kemampuan (*ability*), agar keterampilan

(*skill*) mereka sesuai dengan tuntutan pekerjaan yang mereka lakukan. Secara umum, manajemen SDM merupakan pendayagunaan manusia dalam melakukan suatu pekerjaan dengan diberikannya pengetahuan dan kemampuan untuk mencapai tingkat maksimal atau efektif dan efisien dalam pekerjaan.

2.1.2 *Entrepreneurial Mindset*

2.1.2.1 Definisi *Entrepreneurial Mindset*

Menurut McGrath & MacMillan dalam Azizah (2019:34) *Entrepreneurial Mindset* adalah kerangka berpikir seseorang yang berorientasikan *entrepreneur*, lebih memilih untuk menjalani ketidakpastian daripada menghindari, melihat segala sesuatu lebih sederhana daripada orang lain yang melihatnya secara kompleks, mau belajar sesuatu yang datangnya dari pengambilan resiko.

Pengertian ini tidak jauh berbeda dengan pendapat yang dikemukakan oleh Dhlwayo dan Vuuren dalam Azizah (2019:34) yaitu Menurut mereka *entrepreneurial mindset* adalah tentang kreatifitas, inovasi dan peluang yang mengarah pada penciptaan dan kesuksesan, kekayaan organisasi dan pola pikir semacam ini memungkinkan pengusaha membuat keputusan yang realistis saat menghadapi ketidakpastian.

Adapun Menurut Kasali, dkk (2012) *Entrepreneurial Mindset* merupakan pola pikir positif, kreatif, keuangan dan pola pikir produktif, sebagai contoh pola pikir adalah “saat balita, kita mampu berjalan”. Kita mampu karena tidak banyak berpikir negatif akan resiko, takut jatuh dan sebagainya. Pada definisi ini ditekankan bahwa seorang wirausaha adalah orang yang melihat peluang dan

menciptakan manfaat dari peluang tersebut (dalam Satrya dan Suwandana, 2015:4567)

Berdasarkan beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa *Entrepreneurial mindset* adalah cara berpikir wirausaha yang mempengaruhi sikap dan perilakunya dalam mencapai tujuan hidupnya khususnya dalam menjalankan usahanya. Dan tentunya tidak banyak berfikir negatif akan resiko yang dihadapi.

2.1.2.2 Jenis *Entrepreneurial Mindset*

Mindset yang dibutuhkan seorang *entrepreneur* sangat bervariasi dan berbeda pendapat oleh sebagian ahli. Namun peneliti melihat perbedaan ini bukan diartikan salah sebagai pendapat yang salah, hanya saja tergantung masing-masing individu ia lebih nyaman dan cocok menggunakan mindset seperti apa. Karena inti dari segala mindset seorang *entrepreneur* berakar dari kegigihan, ketekunan, dan pantang menyerah.

Menurut Mcgrath & Macmillan dalam Lita Rohma (2018:26), ada 7 Jenis *Entrepreneurial Mindset* yaitu :

1. *Action Oriented Entrepreneur*

Action Oriented Entrepreneur bukanlah seorang yang hanya bergelut dengan pikiran, merenung atau menguji hipotesis, suka menunda-nunda, *wait and see*, atau membiarkan kesempatan berlalu begitu saja. Prinsip yang mereka anut adalah *see and do*. Bagi mereka, risiko bukanlah untuk dihindari, melainkan untuk dihadapi dan ditaklukkan. Seseorang yang ingin segera bertindak, sekalipun situasinya tidak pasti.

2. Fokus pada Eksekusi

Melakukan tindakan dan merealisasikan apa yang dipikirkan daripada menganalisis ide-ide baru. “Manusia dengan *entrepreneurial mindset* mengeksekusi, yaitu melakukan tindakan dan merealisasikan apa yang dipikirkan daripada menganalisis ide-ide baru sampai mati.” Entrepreneur adaptif terhadap situasi, yaitu mudah menyesuaikan diri dengan fakta-fakta baru atau kesulitan di lapangan.

3. Berpikir Sempel

Melihat persoalan dengan jernih dan menyelesaikan masalah satu demi satu secara bertahap, meskipun dunia telah berubah menjadi sangat kompleks. Tidak memikirkan suatu permasalahan secara berlebihan tetapi dengan sebagaimana adanya, namun entrepreneur selalu belajar untuk menyederhanakan suatu masalah. Sehingga tidak ada waktu yang terbuang hanya karena terlalu lama berpikir.

4. Memiliki Kreativitas

Bagi seorang entrepreneur meraih keuntungan dengan menjaring pembeli tidak hanya dapat dilakukan dengan menjalani bisnis baru atau menjual produk berbeda, melainkan juga dapat dilakukan dengan mengembangkan cara-cara penjualan yang inovatif. Mereka selalu mau belajar hal baru, *open-minded* dan terbuka terhadap cara-cara baru. Tekun mencari alternatif-alternatif baru, seperti model, desain, platform, bahan baku, energi, kemasan, dan struktur biaya produksi. Meraih keuntungan bukan hanya dari bisnis atau produk baru, melainkan juga dari cara-cara baru yang didapat dari kreativitas.

5. Memiliki Integritas

Entrepreneur memerlukan mindset dimana peluang bukan hanya dicari, melainkan diciptakan dan dibuka. Karena *entrepreneur* merupakan tempat investasi dan penuh resiko, maka seorang *entrepreneur* harus memiliki integritas dan disiplin yang tinggi terhadap apa yang sedang ia kerjakan. Adapun pengertian integritas menurut KBBI (2016) adalah mutu, sifat, atau keadaan yang menunjukkan kesatuan yang utuh sehingga memiliki potensi dan kemampuan yang memancarkan kewibawaan dan adanya kejujuran. *Entrepreneur* yang sukses bukanlah pemalas atau penunda pekerjaan. Mereka ingin pekerjaannya lekas beres dan apa yang dipikirkan dapat dijalankan segera. Waktu amatlah berharga bagi mereka karena apa yang menjadi peluang pada suatu waktu, belum tentu masih menjadi peluang di lain waktu. Sekali kesempatan itu hilang, belum tentu akan kembali lagi.

6. Mengambil Peluang.

Entrepreneur akan menjadi sangat awas dan memiliki penciuman yang tajam pada waktunya. Melihat pada nilai-nilai ekonomis yang terkandung didalamnya, masa depan yang lebih cerah, kemampuan menunjukkan prestasi, dan perubahan yang dihasilkan. Keberhasilan ditentukan oleh keberhasilan *entrepreneur* dalam memilih.

7. Membangun Jaringan

Mereka menjaga dan menciptakan relasi hubungan dengan partner daripada bekerja sendirian. Menggunakan tangan dan pikiran banyak orang, baik dari dalam maupun luar perusahaannya. Membangun jaringan daripada melakukan semua impiannya sendiri. Untuk itu *entrepreneur* harus memiliki kemampuan

mengumpulkan orang, membangun jaringan, memimpin, menyatukan gerak, memotivasi dan berkomunikasi.

2.1.2.3 Komponen *Entrepreneurial Mindset*

Menurut Maryanto (2015) *entrepreneurial mindset* terdiri dari tiga komponen pokok, yaitu :

1. Paradigma, yaitu cara yang digunakan oleh seseorang didalam memandang sesuatu.
2. Keyakinan Dasar, yaitu kepercayaan yang dilekatkan oleh seseorang terhadap sesuatu.
3. Nilai Dasar, yaitu sikap, sifat, dan karakter yang dijunjung tinggi oleh seseorang sehingga berdasarkan nilai-nilai tersebut tindakan seseorang dipandu, Tindakan seseorang sangat ditentukan oleh cara pandang orang tersebut terhadap sesuatu. Sementara itu, orang melakukan tindakan berdasarkan apa yang diyakininya benar. Nilai-nilai yang dijunjung tinggi oleh seseorang menjadi pemandu didalam ia memutuskan tindakan yang akan dilakukan. Secara keseluruhan paradigma, keyakinan dasar, dan nilai dasar memberikan peta mental bagi orang dalam bertindak.

Berbeda dengan pendapat menurut Ireland dalam stefany (2021:50) *entrepreneurial minset* terdiri atas komponen-komponen sebagai berikut:

1. *Recognizing Opportunity*

Entrepreneurial diasosiasikan dengan pengenalan sesuatu yang baru ke pasar, sehingga organisasi perlu mencari celah-celah potensial yang mungkin diisi dengan produk atau jasa baru. Ketidaksamaan informasi yang di miliki

membuat hanya sebagian pihak yang mampu melihat peluang potensial. *Entrepreneurial mindset* membuat orang-orang di dalam organisasi merevisi kuantitas dan akurasi informasi yang dimiliki

2. *Entrepreneurial Alertness*

Merupakan kemampuan untuk mengidentifikasi produk atau jasa apa yang feasible (layak) mengacu pada peluang yang tersedia. *entrepreneurial alertness* memiliki 3 dimensi yang komplementer:

- a. Pemindaian dan pencarian informasi baru (*scanning and searching for new information*).
- b. *Connecting previously-disparate information*, dimana informasi baru yang didapat dikombinasikan dengan pengetahuan dan informasi yang telah lebih dulu diperoleh. Hasil kombinasi ini dapat memunculkan beberapa pilihan yang mungkin dilakukan.
- c. *Evaluation and judgement* merupakan elemen yang paling penting dari *entrepreneurial alertness*. Evaluasi dilakukan terhadap sejumlah kemungkinan yang berhasil diidentifikasi sebelumnya untuk kemudian ditentukan apakah peluang tersebut akan dimanfaatkan atau tidak.

3. *Real Options Logic*

Mengidentifikasi jenis produk/jasa yang dipandang prospektif disesuaikan dengan kemampuan perusahaan, baik dari aspek finansial, sosial, hukum, dan sebagainya. Pemilihan peluang yang tepat akan meminimalisir pemborosan sumber daya serta dapat meningkatkan konsentrasi pada peluang yang paling penting.

4. *Entrepreneurial Framework*

Dimensi ini meliputi tindakan-tindakan seperti penetapan tujuan, serta penentuan waktu yang tepat untuk mengeksploitasi peluang. Pada tahapan ini aspek manajemen strategik sangat dominan dilakukan agar upaya-upaya pemanfaatan peluang dapat dilakukan secara efektif.

5. *Opportunity register*

Yang menekankan pertumbuhan serta keunggulan kompetitif dalam jangka panjang, dokumentasi sangat diperlukan agar peluang dapat dimanfaatkan lintas waktu serta antar bagian organisasi. Dengan cara ini, peluang yang telah teridentifikasi salah satu bagian/divisi dapat dieksploitasi oleh bagian lain dengan lebih baik.

2.1.2.4 Indikator *Entrepreneurial Mindset*

Menurut McGrath & MacMillan dalam Azizah (2019:34) Indikator *entrepreneurial mindset* adalah sebagai berikut:

1. Berani mengambil risiko

Berani mengambil resiko adalah salah satu kunci dalam memulai usaha, karena dalam komponen ini banyak sekali item yang mengikutinya, yaitu berani rugi, berani mengambil keputusan, berani menghadapi masalah, berani menahan diri untuk tidak menggunakan uang perusahaan untuk bersenang-senang, serta berani untuk bangkrut.

2. Kreatif

Kreatif ialah seorang yang dapat berpikir secara sintesis artinya dapat melihat hubunganhubungan dimana orang lain tidak mampu melihatnya yang mempunyai kemampuan untuk menganalisis ide-idenya sendiri serta mengevaluasi nilai ataupun kualitas karya pribadinya, mampu menterjemahkan teori dan hal-hal yang abstrak ke dalam ide-ide praktis sehingga individu mampu menyakinkan orang lain mengenai ide-ide yang akan dikerjakannya.

3. Inovatif

Inovatif adalah usaha seseorang dengan mendayagunakan pemikiran, kemampuan imajinasi, berbagai stimulan, dan individu yang mengelilinginya dalam menghasilkan produk baru, baik bagi dirinya sendiri ataupun lingkungannya.

4. *Action Oriented*

Action Oriented adalah bukan tipe menunda, *wait and see*, atau membiarkan sesuatu (kesempatan) berlalu begitu saja. Dia juga tidak menunggu ketidakpastian pergi dulu baru berusaha. Mereka adalah orang yang ingin segera bertindak sekalipun situasinya tidak pasti (uncertain). Bagi mereka prinsipnya adalah, resiko bukan untuk dihindari melainkan untuk dihadapi dan ditaklukkan dengan tindakan dan kelihaian.

5. Sosialisasi

Sosialisasi merupakan proses sosial tempat seorang individu mendapatkan pembentukan sikap untuk berperilaku yang sesuai dengan perilaku orang-orang disekitarnya. Sosialisasi merupakan sebuah proses seumur hidup yang berkenaan dengan bagaimana individu mempelajari cara-cara hidup, norma,

dan nilai sosial yang terdapat dalam kelompoknya agar dapat berkembang menjadi pribadi yang diterima pada kelompoknya.

2.1.3 Self Efficacy

2.1.3.1 Definisi Self Efficacy

Bandura dalam Maulana (2021:49) mengatakan bahwa *self efficacy* pada dasarnya adalah hasil dari proses kognitif berupa keputusan, keyakinan, atau pengharapan tentang sejauh mana individu memperkirakan kemampuan dirinya dalam melaksanakan tugas atau tindakan tertentu yang diperlukan untuk mencapai hasil yang diinginkan. Menurutnya, *self efficacy* tidak berkaitan dengan kecakapan yang dimiliki seberapa pun besarnya. *Self efficacy* menekankan pada komponen keyakinan diri yang dimiliki seseorang dalam menghadapi situasi yang akan datang yang mengandung kekaburan, tidak dapat diramalkan, dan sering penuh dengan tekanan.

Menurut Ormrod dalam Agus Kurniawan (2016:73) *self efficacy* adalah penilaian seseorang tentang kemampuannya sendiri untuk menjalankan perilaku tertentu atau mencapai tujuan tertentu. Sedangkan menurut Laura (2015) *self efficacy* adalah keyakinan seseorang sehingga dapat menguasai suatu situasi dan menghasilkan berbagai hasil yang bernilai positif dan bermanfaat. Menurut Mujiadi (2018) *self efficacy* merupakan salah satu faktor personal yang menjadi perantara atau mediator dalam interaksi antara faktor perilaku dan faktor lingkungan.

Adapun menurut Bandura Gist dalam Agus Kurniawan (2016:73) *Self efficacy* ditingkatkan secara bertahap melalui pengembangan keterampilan kognitif,

sosial, linguistik, dan/atau fisik yang kompleks yang diperoleh melalui pengalaman. *Self efficacy* adalah konstruk yang berguna dalam menjelaskan proses evaluasi dan pilihan dinamis yang mengelilingi pengembangan niat wirausaha dan keputusan selanjutnya untuk terlibat dalam perilaku wirausaha. Oleh karena itu, *self-efficacy* adalah aspek kritis kewirausahaan, karena *self-efficacy* mendorong seseorang untuk bertahan melalui banyak kendala dan tantangan yang terlibat dalam memulai dan menjalankan bisnis (Zhang dkk, 2018)

Berdasarkan beberapa definisi menurut para ahli dapat disimpulkan bahwa *self efficiacy* adalah keyakinan seorang individu terhadap kemampuannya untuk mengatur dan melaksanakan tugas dengan efektif dan efisien sehingga dapat mencapai suatu tujuan dimana individu yakin mampu untuk menghadapi segala tantangan dan mampu memprediksi seberapa besar usaha yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan tersebut.

2.1.3.2 Sumber-sumber Informasi *Self Efficacy*

Self efficacy merupakan unsur kepribadian yang berkembang melalui pengamatan individu terhadap akibat-akibat tindakannya dalam situasi tertentu. Persepsi seseorang mengenai dirinya dibentuk selama hidupnya melalui *reward* dan *punishment* dari orang-orang disekitarnya. Unsur penguat (*reward* dan *punishment*) lama-kelamaan dihayati sehingga terbentuk pengertian dan keyakinan mengenai kemampuan diri. Bandura dalam Maulana (49:2021) mengatakan bahwa persepsi terhadap *self efficacy* pada setiap individu berkembang dari pencapaian secara berangsur-angsur akan kemampuan dan pengalaman tertentu secara terus-menerus. Kemampuan mempersepsikan secara kognitif terhadap kemampuan yang

dimiliki memunculkan keyakinan atau kemantapan diri yang akan digunakan sebagai landasan bagi individu untuk berusaha semaksimal mungkin mencapai target yang telah ditetapkan.

Bandura dalam Maulana (2021:49) menjelaskan bahwa *self efficacy* mengacu pada keyakinan akan kemampuan individu untuk menggerakkan motivasi, kemampuan kognitif, dan tindakan yang diperlukan untuk memenuhi tuntutan situasi. *Self efficacy* yakni ekspektasi tentang kemampuan kita untuk melakukan tugas tertentu. Apakah akan melakukan aktivitas tertentu atau mengejar tujuan tertentu, itu nanti akan bergantung pada apakah kita yakin mampu untuk melakukan pekerjaan itu. *Self efficacy* merupakan salah satu aspek pengetahuan tentang diri atau *self – knowledge* yang paling berpengaruh dalam kehidupan manusia sehari-hari. Hal ini disebabkan *self efficacy* yang dimiliki ikut mempengaruhi individu dalam menentukan tindakan yang akan dilakukan untuk mencapai sesuatu tujuan, termasuk di dalamnya perkiraan berbagai kejadian yang akan dihadapi. Perlu disadari bahwa keyakinan kecakapan diri adalah persepsi spesifik tentang kemampuan seseorang untuk melakukan perilaku tertentu. Keyakinan ini bukan perasaan umum tentang dirinya sebagai orang yang efektif.

Menurut Bandura dalam Maulana (2021:50) *self efficacy* dapat ditumbuhkan dan dipelajari melalui empat sumber informasi utama. Berikut ini adalah empat sumber informasi tersebut.

1. Pengalaman keberhasilan (*mastery experience*)

Sumber informasi ini memberikan pengaruh besar pada *self efficacy* individu karena didasarkan pada pengalaman –pengalaman pribadi individu secara nyata yang berupa keberhasilan dan kegagalan. Pengalaman keberhasilan akan akan menaikkan *self efficacy* individu, sedangkan pengalaman kegagalan akan menurunkannya. Setelah *self efficacy* yang kuat berkembang melalui serangkaian keberhasilan, dampak negatif dari kegagalan-kegagalan yang umum akan berkurang. Bahkan, kemudian kegagalan diatasi dengan usaha-usaha tertentu yang dapat memperkuat motivasi diri apabila seseorang menemukan lewat pengalaman bahwa hambatan tersulit pun dapat diatasi dengan usaha yang terus-menerus. Sumber pengetahuan yang paling berpengaruh adalah performa aktual kita. Jika kita berhasil berulang kali dalam mengerjakan tugas-tugas yang ada, rasa kemampuan diri meningkat. Sebaliknya, jika kita berulang kali gagal, rasa kemampuan diri jatuh. Sekali kita sanggup mengembangkan rasa kemampuan diri yang besar di suatu bidang, kita tidak akan begitu terganggu oleh benturan-benturan yang membuat kita mundur sebentar. Kita akan menganggap kegagalan itu sebagai kurang kerasnya upaya kita, atau kurang jitunya taktik, mendorong kita ingin mencoba lagi.

2. Pengalaman orang lain (*vicarious exsperience*)

Pengalaman terhadap keberhasilan orang lain dengan kemampuan yang sebanding dalam mengerjakan tugas yang sama. Begitu juga sebaliknya, pengamatan terhadap kegagalan orang lain akan menurunkan penilaian individu mengenai kemampuannya dan individu akan mengurangi usaha yang

dilakukan. Penaksiran kemampuan diri juga dipengaruhi oleh *vicarious experience* (pengalaman lewat pengamatan, seolah-olah kita sendiri yang mengalaminya). Jika kita melihat orang lain berhasil dalam sebuah tugas, kita menyimpulkan bahwa kita bisa juga melakukannya. Khususnya jika kita yakin orang lain memiliki kemampuan yang setara dengan kita.

3. Persuasi verbal (*verbal persuasion*)

Pada persepsi verbal, individu diarahkan dengan saran, nasihat, dan bimbingan sehingga dapat meningkatkan keyakinannya tentang kemampuan-kemampuan yang dimiliki yang dapat membantu mencapai tujuan yang diinginkan. Individu yang diyakinkan secara verbal cenderung akan berusaha lebih keras untuk mencapai suatu keberhasilan. Pengaruh persuasi verbal tidaklah terlalu besar karena tidak memberikan suatu pengalaman yang dapat langsung dialami atau diamati individu. Dalam kondisi yang menekan dan kegagalan terus-menerus, pengaruh sugesti akan cepat lenyap jika mengalami pengalaman yang tidak menyenangkan.

4. Kondisi fisiologis (*psychological state*)

Individu akan mendasarkan informasi mengenai kondisi fisiologis mereka untuk menilai kemampuannya. Ketegangan fisik dalam situasi yang menekan dipandang individu sebagai suatu tanda ketidakmampuan karena hal itu dapat melemahkan performansi kerja individu.

2.1.3.3 Dimensi *Self Efficacy*

Self Efficacy merupakan konsep pengetahuan tentang self yang diperkenalkan oleh Bandura dalam Social Cognitive Theory. Menurut Bandura

dalam Maulana (2021:54) *self efficacy* pada diri tiap individu akan berbeda antara satu individu dengan yang lainnya berdasarkan tiga dimensi. Berikut ini adalah tiga dimensi tersebut:

1. Dimensi tingkat (*level*)

Dimensi ini berkaitan dengan derajat kesulitan tugas ketika individu merasa mampu untuk melakukannya. Apabila individu dihadapkan pada tugas-tugas yang disusun menurut tingkat kesulitannya, maka *self efficacy* individu mungkin akan terbatas pada tugas-tugas yang mudah, sedang, atau bahkan meliputi tugas-tugas yang paling sulit, sesuai dengan batas kemampuan yang dirasakan untuk memenuhi tuntutan perilaku yang dibutuhkan pada masing-masing tingkat. Dimensi ini memiliki implikasi terhadap pemilihan tingkah laku yang akan dicoba atau dihindari. Individu akan mencoba tugas yang dirasa mampu dilakukannya dan menghindari tingkah laku yang berada di luar batas kemampuan yang dirasakannya. Dengan bahasa sederhana, dimensi ini mengacu pada taraf kesulitan tugas yang diyakini individu akan mampu dilakukan dan diselesaikan.

2. Dimensi kekuatan (*strength*)

Dimensi ini berkaitan dengan tingkat kekuatan dari keyakinan atau pengharapan individu mengenai kemampuannya. Pengharapan yang lemah mudah digoyahkan oleh pengalaman-pengalaman yang tidak mendukung. Sebaliknya, pengharapan yang mantap mendorong individu tetap bertahan dalam usahanya. Meskipun mungkin ditemukan pengalaman yang kurang menunjang. Dimensi ini mengacu pada derajat kemantapan individu terhadap

keyakinan yang dibuatnya. Kemantapan ini yang menentukan ketahanan dan keuletan individu dalam usaha. Dimensi ini merupakan keyakinan individu untuk mempertahankan perilaku tertentu.

3. Dimensi generalisasi (*generality*)

Dimensi ini berkaitan dengan luas bidang tingkah laku yang mana individu tersebut merasa yakin terhadap kemampuannya. Individu dapat merasa yakin terhadap kemampuan dirinya. Apakah terbatas pada suatu aktivitas dan situasi tertentu atau pada serangkaian aktivitas dan situasi yang bervariasi. Dimensi *generality* merupakan suatu konsep bahwa *self efficacy* seseorang tidak terbatas pada situasi yang spesifik atau tertentu saja. Namun, dimensi ini juga mengacu pada variasi situasi di mana penilaian tentang *self efficacy* dapat diterapkan. Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa dimensi *self efficacy* meliputi, taraf kesulitan tugas yang dikerjakan individu, derajat kemantapan individu terhadap keyakinan yang dibuat individu, dan variasi situasi di mana penilaian *self efficacy* dapat diterapkan.

2.1.3.4 Proses-proses *Self Efficacy*

Menurut Bandura dalam Maulana (2021:55) *self efficacy* berakibat pada suatu tindakan manusia melalui berbagai proses, yaitu:

1. Proses motivasional, yang mengatakan bahwa individu yang memiliki *self efficacy* yang tinggi akan meningkatkan usahanya untuk mengatasi tantangan.

2. Proses kognitif, bahwa efikasi diri individu akan berpengaruh terhadap pola berfikir yang dapat bersifat membantu atau menghancurkan.
3. Proses afektif, yaitu *self efficacy* mempengaruhi berapa banyak tekanan yang dialami dalam situasi-situasi yang mengancam. Orang yang percaya bahwa dirinya dapat mengatasi situasi-situasi yang mengancam akan merasa tidak cemas dan merasa tidak terganggu oleh ancaman tersebut, sebaliknya individu yang tidak yakin akan kemampuannya dalam mengatasi situasi yang mengancam akan mengalami kecemasan yang tinggi.
4. Proses seleksi, *self efficacy* memegang peranan penting dalam penentuan pemilihan lingkungan karena individu merupakan bagian dalam pembentukan lingkungan. Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa efikasi diri berakibat pada tindakan manusia melalui proses motivasional, proses kognitif, proses afektif, dan proses seleksi.

2.1.3.5 Indikator *Self Efficacy*

Menurut Brown dkk. dalam Manara (2018:36), terdapat beberapa indikator dari *self efficacy* yaitu:

1. Yakin dapat menyelesaikan tugas tertentu. Individu yakin bahwa dirinya mampu menyelesaikan tugas tertentu yang mana individu sendirilah yang menetapkan tugas (target) apa yang harus diselesaikan.
2. Yakin dapat memotivasi diri untuk melakukan tindakan yang diperlukan untuk menyelesaikan tugas. Individu mampu menumbuhkan memotivasi dirinya untuk melakukan serangkaian tindakan yang diperlukan dalam rangka menyelesaikan tugas.

3. Yakin bahwa diri mampu berusaha dengan keras, gigih dan tekun . Individu mempunyai ketekunan dalam rangka menyelesaikan tugas dengan menggunakan segala daya yang dimiliki.
4. Yakin bahwa diri mampu bertahan menghadapi hambatan dan kesulitan. Individu mampu bertahan saat menghadapi kesulitan dan hambatan yang muncul serta mampu bangkit dari kegagalan.
5. Yakin dapat menyelesaikan permasalahan di berbagai situasi. Individu mempunyai keyakinan menyelesaikan permasalahan tidak terbatas pada kondisi atau situasi tertentu saja.

2.1.4 Keputusan Berwirausaha

2.1.4.1 Definisi Keputusan Berwirausaha

Keputusan merupakan kegiatan memilih dan menetapkan satu alternatif yang dianggap paling menguntungkan dari beberapa alternatif yang dimiliki. Menurut Syamsi dalam Ekawati (2018:27), Keputusan dapat dianggap sebagai suatu hasil atau keluaran dari proses mental atau kognitif yang membawa pada pemilihan suatu jalur tindakan diantara beberapa alternatif yang tersedia. Setiap proses pengambilan keputusan selalu menghasilkan satu pilihan final dalam hal ini keputusan menjadi wirausaha. Seorang wirausaha atau *entrepreneur* adalah orang yang mempunyai kesempatan melihat dan menilai kesempatan- kesempatan bisnis, mengumpulkan sumber-sumber daya yang dibutuhkan guna mengambil keuntungan daripadanya dan mengambil tindakan yang tepat guna memastikan sukses.

Menurut Machfoedz (2006) dalam Saiman (2018) menyatakan bahwa seorang wirausahawan adalah pribadi yang mandiri dalam mengejar prestasi dan mengambil risiko untuk mulai mengelola bisnis demi mendapatkan laba. Seorang wirausahawan harus memiliki rasa percaya diri yang kuat dan mempertahankan diri ketika menghadapi tantangan pada saat merintis usaha bisnis. Dalam menghadapi berbagai permasalahan, seorang wirausahawan senantiasa dituntut untuk kreatif.

Keputusan merupakan suatu proses pemilihan alternatif terbaik dari beberapa alternatif secara sistematis untuk digunakan sebagai cara pemecahan masalah. Sedangkan kewirausahaan (usaha mandiri) adalah semangat, sikap, perilaku kemampuan seseorang dalam menangani usaha dan kegiatan yang mengarah pada upaya mencari, menciptakan, menerapkan cara kerja, teknologi dan produk baru dengan meningkatkan efisiensi dalam memberikan pelayanan yang lebih baik dan memperoleh keuntungan yang lebih besar. Keputusan berwirausaha mengindikasikan apa yang diinginkan atau dilakukan orang atau apa yang mereka senangi. Seseorang yang berminat pada suatu hal, maka segala tindakan atau apa yang dilakukan akan mengarahkannya pada minatnya tersebut (Irawati, 2017).

Keputusan untuk berwirausaha merupakan suatu keputusan yang diambil oleh individu secara sengaja dan sadar (Krueger, Reilly dan Casrud, 2000) dalam Lailatul Azizah (2019: 60), oleh karena itu merupakan hal yang mendasar untuk menganalisa bagaimana keputusan tersebut dapat diambil oleh individu. Dalam hal ini, keputusan berwirausaha dapat menjadi langkah awal dalam pembentukan suatu usaha yang baru. Sebagai tambahan, adanya intensi terhadap suatu perilaku

merupakan satu-satunya prediktor terbaik terhadap munculnya perilaku tersebut (Krueger, Reilly dan Casrud, 2000) dalam Lailatul Azizah (2019:60).

Berdasarkan definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa keputusan berwirausaha adalah mengindikasikan apa yang diinginkan atau dilakukan orang atau apa yang mereka senangi. Seseorang yang berminat pada suatu hal, maka segala tindakan atau apa yang dilakukan akan mengarahkannya pada minatnya tersebut.

2.1.4.2 Aspek-Aspek Keputusan Berwirausaha

Mincemoyer and Perkins (2003) dalam Audina (2016) menyatakan bahwa dalam suatu keputusan yaitu dengan mengidentifikasi masalah, merumuskan alternatif-alternatif, mempertimbangkan resiko atau konsekuensi, memilih alternatif dan evaluasi sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi masalah

Mengidentifikasi masalah merupakan proses dalam membentuk tujuan yang sistematis, mendeskripsikan masalah secara tepat, bereaksi terhadap suatu situasi tujuan dengan berpikir, menafsirkan dan bertanya, memahami bahwa membuat pilihan adalah proses kognitif.

2. Merumuskan alternatif-alternatif

Merumuskan alternatif adalah kemampuan untuk mencari kemungkinan pilihan, mencari informasi, menganalisis pilihan, menjelaskan keakuratan sumber informasi dan mengkombinasikan beberapa alternatif pilihan.

3. Mempertimbangkan resiko atau konsekuensi

Pada tahap ini penting untuk menjelaskan keuntungan atau kelebihan dan konsekuensi dari keputusan yang akan diambil, memodifikasi pilihan apabila pilihan tersebut kurang menguntungkan namun layak untuk dipilih, memeriksa kesesuaian pilihan dengan tujuan dan nilai-nilai serta mengembangkan kriteria untuk mendiskusikan solusi yang mungkin ada.

4. Memilih Alternatif

Memilih alternatif adalah tahap-tahap dalam membuat pilihan dari alternatif yang terdaftar, merencanakan pelaksanaan keputusan dan menyatakan komitmen untuk alternatif yang dipilih.

5. Evaluasi

Evaluasi merupakan tahap terakhir dari pengambilan keputusan yaitu mengamati dan menginterpretasi hasil, menyatakan kesesuaian pilihan dengan kriteria, serta menilai kembali keputusan yang dibuat. Selain itu, Dermawan (2004) dalam Saiman (2018:70) menambahkan bahwa aspek dalam pengambilan keputusan untuk menyelesaikan masalah adalah sebagai berikut :

- a. Identifikasi dan isolasi masalah utama.
- b. Penentuan alternatif solusi dan tindakan yang sesuai dan memungkinkan.
- c. Penggunaan metode penentuan masalah dan solusi yang tepat.
- d. Penentuan sejumlah konsekuensi dari alternatif solusi dan tindakan yang akan diambil secara rinci.
- e. Pemilihan alternatif solusi dan tindakan yang paling optimal.
- f. Penentuan strategi lanjutan atas solusi dan tindakan.
- g. Keputusan diambil/disepakati bersama secara bulat.

Aspek-aspek ketika terjadinya Pengambilan keputusan menurut Herbert A. Simon (Purwanto 2006) dalam Saiman (2014:70)

- a. *Intelligence* (Penyelidikan) yaitu pencarian kondisi yang memerlukan keputusan.
- b. *Design* (Rancangan) yaitu dengan pengembangan dan analisis terhadap berbagai kemungkinan tindakan.
- c. *Choice* (Pemilihan) yang berkenaan dengan pemilihan tindakan yang sesungguhnya.

2.1.4.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Berwirausaha

Menurut Kotler (2012) dalam Muhammad Rizki (2022:69), faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan berwirausaha antara lain:

1. Faktor Budaya, yang meliputi peran budaya, sub budaya dan kelas sosial.
2. Faktor sosial, yang meliputi kelompok acuan, keluarga, peran dan status.
3. Faktor pribadi, yang termasuk usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri.
4. Faktor Psikologis, yang meliputi motivasi, persepsi, pengetahuan, keyakinan dan pendirian.

2.1.4.4 Indikator Keputusan Berwirausaha

Menurut Pramiswari dan Dharmadiaksa (2017:119). Indikator keputusan berwirausaha adalah:

1. Jiwa kepemimpinan

Jiwa kepemimpinan adalah proses pengaruh sosial ketika satu orang dapat memaksimalkan usaha orang lain untuk menggapai tujuan bersama.

2. Berorientasi pada masa depan

Orientasi masa depan merupakan upaya antisipasi terhadap masa depan. Dalam hal ini, individu mulai memikirkan kebutuhan tentang masa depan secara sungguh-sungguh, memberikan perhatian kepada yang besar terhadap berbagai lapangan kehidupan yang akan dijalannya dimasa yang akan datang.

3. Ketertarikan menjadi wirausaha

Ketertarikan menjadi wirausaha adalah seseorang yang tertarik terhadap kegiatan bisnis yang memerlukan keberanian dalam mengambil risiko untuk mendapatkan keuntungan.

4. Memiliki tekad usaha

Sebab, inti dari memulai usaha adalah memiliki tekad yang kuat dan mau bekerja keras. Tanpa tekad dan kerja keras, usaha yang dijalankan tidak akan berjalan dengan optimal.

2.1.5 Generasi Z

2.1.5.1 Definisi Generasi Z

Bhakti dan Safitri (2017) menemukan bahwa generasi Z mempunyai identitas yang berbeda dengan generasi-generasi sebelumnya. Bahkan millennials yang merupakan angkatan sebelumnya berbeda secara signifikan dengan generasi z (Stillman, 2017). Generasi ini suka bekerja sama dalam melaksanakan pekerjaan fleksibel paham terhadap tantangan serta dimotivasi oleh pencapaian, dan suka menelaah metode yang baru dalam menuntaskan sesuatu permasalahan (Wiedmer,2015).

Pratama (2012) memberikan pemahaman tentang istilah generasi Z, yang sejak saat itu banyak disebut sebagai generasi digital, generasi muda yang sangat mengandalkan teknologi digital untuk perkembangan dan pertumbuhannya.

Menurut kajian utama (2012), tidak heran jika mereka yang masih berstatus mahasiswa sudah memiliki kemampuan teknis. Generasi Z memiliki karakteristik yang unik, dan Internet mulai berkembang seiring dengan perkembangan media digital. Menurut stillman (2018:80)

Generasi Z lahir pada rentang tahun 1997 hingga 2012 Generasi ini merupakan generasi yang lahir dan tumbuh pada saat teknologi digital berkembang dengan cepat.

Berdasarkan definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa generasi z adalah generasi yang lahir dengan rentang tahun 1997 hingga 2012. Generasi yang lahir dan tumbuh pada saat teknologi digital berkembang dengan cepat dan generasi ini paham terhadap tantangan serta dimotivasi oleh pencapaian, dan suka menelaah metode yang baru dalam menuntaskan sesuatu permasalahan.

2.1.5.2 Karakteristik Generasi Z

Menurut Akhmad Sudrajat (2018:118), Generasi Z memiliki karakteristik perilaku dan kepribadian yang berbeda dari generasi sebelumnya. Beberapa karakteristik umum Generasi Z diantaranya, yaitu:

1. Fasih Teknologi

Generasi Z adalah mereka yang disebut dengan “Generasi Digital”, dimana mereka begitu mahir dan terbiasa dengan penggunaan teknologi informasi dan berbagai aplikasi computer atau laptop. Mereka dapat mengakses

berbagai informasi secara mudah dan cepat demi kepentingan hidup sehari-hari maupun kepentingan pendidikan.

2. Sosial

Generasi Z, mereka memiliki kecenderungan berkomunikasi lebih lama dan berinteraksi lebih banyak dengan orang diberbagai kalangan. Seperti dengan teman sebaya melalui berbagai situs jejaring sosial seperti: Facebook, Twitter, WhatsApp, Instagram dan lainnya. Melalui media ini mereka dapat mengekspresikan apa yang dirasakan dan dipikirkannya secara spontan. Generasi Z ini juga cenderung toleran dengan perbedaan kultur dan sangat peduli dengan lingkungan.

3. *Multitasking*

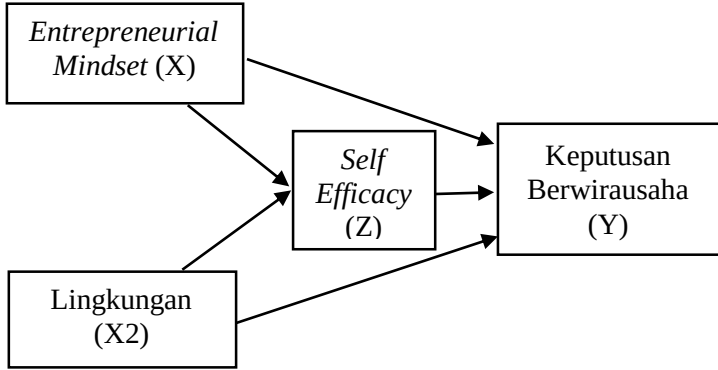
Generasi Z ini terbiasa dengan berbagai aktivitas yang dilakukan dalam satu waktu yang bersamaan. Mereka bisa membaca, berbicara, menonton, atau mendengarkan musik dalam waktu yang bersamaan. Mereka menginginkan segala sesuatu itu dapat dilakukan dengan serba cepat, dan tidak menyukai hal-hal yang lambat atau bertele-tele.

Karakteristik tersebut memiliki dua sisi yang berlawanan, yakni bisa dipandang sebagai sesuatu yang positif dalam arti mampu memberikan manfaat bagi Generasi Z itu sendiri beserta lingkungan nya. Atau justru sebaliknya, dipandang sebagai hal negatif dalam arti dapat merugikan bagi Generasi Z itu sendiri beserta lingkungannya.

2.2 Penelitian Terdahulu

Untuk mendukung permasalahan terhadap bahasan, peneliti berusaha malacak berbagai literature dan penelitian terdahulu (*prior research*) yang masih relevan terhadap masalah yang menjadi objek penelitian saat ini. Adapun beberapa penelitian terdahulu tersebut yaitu:

2.2.1 Lailatul Azizah (2019)

Nama Peneliti	Lailatul Azizah
Tahun dan Judul Jurnal	(2019) “Pengaruh <i>Entrepreneurial Mindset</i> Dan Lingkungan Terhadap Keputusan Berwirausaha dengan <i>Self Efficacy</i> sebagai variabel modern pada UMKM di Kota dan Kabupaten Magelang”.
Tujuan Penelitian	Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh <i>entrepreneurial mindset</i> dan lingkungan terhadap keputusan berwirausaha dengan <i>self-efficacy</i> sebagai variabel moderasi pada UMKM yang berada di Kota dan Kabupaten Magelang.
Model	 <pre> graph LR X["Entrepreneurial Mindset (X)"] --> Z["Self Efficacy (Z)"] X --> Y["Keputusan Berwirausaha (Y)"] X2["Lingkungan (X2)"] --> Z X2 --> Y Z --> Y </pre>

Populasi dan Sampel	Penelitian dilakukan pada UMKM yang ada di Magelang sebanyak 100 responden.
Alat Analisis	Regresi linier berganda dan Moderating Regression Analysis.
Hasil Penelitian	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Entrepreneurial Mindset</i> berpengaruh terhadap keputusan berwirausaha pada UMKM di Kota dan Kabupaten Magelang. 2. Lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berwirausaha pada UMKM di Kota dan Kabupaten Magelang. 3. <i>Self-efficacy</i> tidak memoderasi hubungan <i>entrepreneurial mindset</i> dan lingkungan dengan keputusan berwirausaha.

Sumber: Data sekunder 2023

Yang menjadi rujukan dalam penelitian : *Entrepreneurial mindset*, *self efficacy*, dan keputusan berwirausaha.

2.2.2 Abdul Manan (2020)

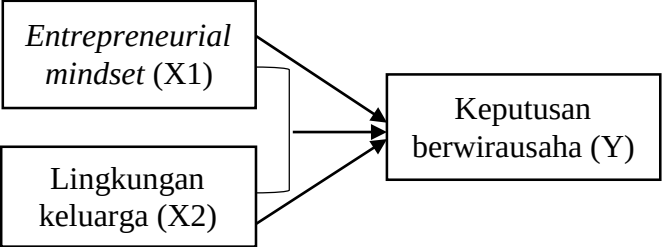
Nama Peneliti	Abdul Manan
Tahun dan Judul Jurnal	(2020) “Pengaruh <i>Self efficacy</i> dan Lingkungan Terhadap Keputusan Berwirausaha Pada Komunitas Tangan di Atas (TDA) Kota Jambi”.

Tujuan Penelitian	Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh <i>Self-Efficacy</i> dan Lingkungan Terhadap Keputusan Berwirausaha Pada Komunitas Tangan Di Atas (TDA) Kota Jambi.
Model	<pre> graph LR X1[Self Efficacy (X1)] --> Y[Keputusan Berwirausaha (Y)] X2[Lingkungan Keluarga (X2)] --> Y </pre>
Populasi dan Sampel	Populasi sebanyak 87 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan <i>purposive sampling</i> sehingga didapat jumlah sampel sebanyak 47 responden.
Alat Analisis	Penelitian ini menggunakan regresi linier berganda.
Hasil dan Pembahasan	Hasil dari asumsi yaitu secara parsial <i>Self-Efficacy</i> berpengaruh signifikan terhadap keputusan berwirausaha pada Komunitas Tangan Di Atas (TDA) Kota Jambi. Sedangkan, lingkungan tidak berpengaruh terhadap keputusan berwirausaha pada Komunitas Tangan Di Atas (TDA) Kota Jambi. Secara simultan <i>Self Efficacy</i> dan lingkungan berpengaruh terhadap keputusan berwirausaha pada Komunitas Tangan di Atas (TDA) Kota Jambi.

Sumber: Data sekunder 2023

Yang menjadi rujukan dalam penelitian : *Self efficacy* dan Keputusan Berwirausaha.

2.2.3 Muhammad Rizki (2022)

Nama Peneliti	Muhammad Rizki
Tahun dan Judul Jurnal	(2022) “Pengaruh <i>Entrepreneurial Mindset</i> dan Lingkungan Keluarga Terhadap Keputusan Berwirausaha Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwangi”.
Tujuan Penelitian	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh <i>entrepreneurial mindset</i> dan lingkungan keluarga terhadap keputusan berwirausaha pada mahasiswa jurusan ekonomi universitas siliwangi.
Model	 <pre> graph LR X1[Entrepreneurial mindset (X1)] --> Y[Keputusan berwirausaha (Y)] X2[Lingkungan keluarga (X2)] --> Y </pre>
Populasi dan Sampel	Populasi dalam penelitian terkait mahasiswa jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwangi angkatan 2018 yang berjumlah 111 dan yang termasuk kedalam sampel penelitian ini adalah 111 mahasiswa.
Alat Analisis	Regresi linier berganda

Hasil dan Pembahasan	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh langsung dan tidak langsung yaitu : 1) <i>Entrepreneurial Mindset</i> berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Berwirausaha dengan nilai signifikan sebesar 0,038 dan t hitung sebesar 2,095. 2) Lingkungan Keluarga berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Berwirausaha dengan nilai signifikan t sebesar 0,000 dan t hitung sebesar 40,080. 3) <i>Entrepreneurial Mindset</i> dan Lingkungan Keluarga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berwirausaha dengan nilai signifikansi F sebesar 0,000. Kesimpulan</p>
	<p>dari penelitian ini yaitu <i>Entrepreneurial Mindset</i> dan Lingkungan Keluarga berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Berwirausaha.</p>

Sumber: Data sekunder 2023

Yang menjadi rujukan dalam penelitian : *Entrepreneurial mindset* dan Keputusan Berwirausaha.

2.2.4 Muhammad Taufiq, Indrayeni (2022)

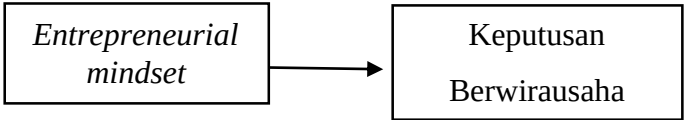
Nama Peneliti	Muhammad Taufiq, Indrayeni
Tahun dan Judul Jurnal	(2022) “Pengaruh <i>Self Efficacy</i> dan <i>entrepreneurial education</i> dalam keputusan berwirausaha pada mahasiswa akuntansi universitas dharma andalas”.
Tujuan Penelitian	Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh bukti mengenai pengaruh <i>Self-Efficacy</i> dan <i>entrepreneurial education</i> terhadap keputusan mahasiswa akuntansi untuk berwirausaha.
Model	<pre> graph LR X1[Self Efficacy (X1)] --> Y[Keputusan Berwirausaha (Y)] X1 --> X2[Entrepreneurial education (X2)] X2 --> Y </pre>
Populasi dan sampel	Data yang digunakan adalah data sekunder yang disebarkan kepada mahasiswa akuntansi Universitas Dharma Andalas dengan sampel 155 yang dipilih berdasarkan purposive sampling.
Alat analisis	Regresi linier berganda
Hasil dan pembahasan	Berdasarkan uji statistik diperoleh hasil bahwa efikasi diri berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa menjadi wirausaha sebesar , sedangkan <i>entrepreneurial education</i> tidak berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa menjadi wirausaha. Artinya semakin tinggi

	efikasi diri maka akan semakin meningkatkan keputusan berwirausaha dan semakin tinggi <i>entrepreneurial education</i> tidak akan berpengaruh terhadap keputusan berwirausaha.
--	--

Sumber: Data sekunder 2023

Yang menjadi rujukan dalam penelitian : *Self Efficacy* dan Keputusan Berwirausaha.

2.2.5 Nandi Ilham Maulana (2022)

Nama Peneliti	Nandi Ilham Maulana
Tahun dan Judul jurnal	(2022) “Pengaruh <i>Entrepreneurial mindset</i> terhadap keputusan berwirausaha generasi z di Bandung”.
Tujuan Penelitian	Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh temuan mengenai (1) gambaran <i>entrepreneurial mindset</i> (2) gambaran keputusan berwirausaha, dan (3) besarnya pengaruh <i>entrepreneurial mindset</i> terhadap keputusan berwirausaha.
Model	 <pre> graph LR A[Entrepreneurial mindset] --> B[Keputusan Berwirausaha] </pre>
Populasi dan Sampel	Sampel dalam penelitian ini sebanyak 116 generasi z yang ada di Bandung.
Alat Analisis	Regresi Linier

Hasil dan Pembahasan	Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa <i>entrepreneurial mindset</i> memiliki pengaruh terhadap keputusan berwirausaha dalam kategori tinggi. Artinya jika generasi z memiliki keyakinan terhadap kemampuan dalam dirinya maka akan meningkatkan keputusan berwirausaha.
----------------------	--

Sumber: Data sekunder 2023

Yang menjadi rujukan dalam penelitian : *Entrepreneurial mindset* dan Keputusan Berwirausaha.

2.3 Hubungan Antara Variabel dan Hipotesis

2.3.1 Hubungan Antara *Entrepreneurial Mindset* Terhadap Keputusan Berwirausaha

Menurut Kaylee de Winnaar dan Frances Scholtz (2019) *Entrepreneurial Mindset* berpengaruh positif terhadap keputusan berwirausaha dikarenakan mampu menjadikan inovasi dan peluang yang mengarah pada penciptaan dan kesuksesan. Pola pikir semacam ini memungkinkan pengusaha membuat keputusan yang realistis saat menghadapi ketidakpastian. Hal tersebut mendorong pengusaha membuat keputusan realistis yang sesuai dengan kondisi yang ada.

Berdasarkan teori dan uraian diatas maka peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H1 : *Entrepreneurial Mindset* Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Berwirausaha.

2.3.2 Hubungan Antara *Self Efficacy* Terhadap Keputusan Berwirausaha

Self efficacy adalah konstruk yang berguna dalam menjelaskan proses evaluasi dan pilihan dinamis yang mengelilingi pengembangan niat wirausaha dan keputusan selanjutnya untuk terlibat dalam perilaku wirausaha. Oleh karena itu, *self-efficacy* adalah aspek kritis kewirausahaan, karena *self-efficacy* mendorong seseorang untuk bertahan melalui banyak kendala dan tantangan yang terlibat dalam memulai dan menjalankan bisnis (Zhang dkk, 2018).

Individu yang memiliki *Self Efficacy* yang tinggi akan lebih siap untuk berwirausaha dan berani mengambil keputusan dan bertanggungjawab atas keputusan tersebut, sebaliknya seseorang dengan individu yang rendah dimungkinkan tidak berani mengambil keputusan dan memulai berwirausaha (Husnan et al., 2017)

Berdasarkan teori dan uraian diatas maka peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H2: *Self Efficacy* Berpengaruh signifikan Terhadap Keputusan Berwirausaha.

2.3.3 Hubungan Antara *Entrepreneurial Mindset* Terhadap *Self efficacy*

Menurut McGrath & MacMillan dalam Azizah (2019:34) *Entrepreneurial Mindset* adalah kerangka berpikir seseorang yang berorientasikan entrepreneur, lebih memilih untuk menjalani ketidakpastian daripada menghindari, melihat segala

sesuatu lebih sederhana daripada orang lain yang melihatnya secara kompleks, mau belajar sesuatu yang datangnya dari pengambilan resiko. Menurut Ormrod dalam Agus Kurniawan (2016:73) *Self efficacy* adalah penilaian seseorang tentang kemampuannya sendiri untuk menjalankan perilaku tertentu atau mencapai tujuan tertentu.

Dengan memiliki *entrepreneurial mindset* yang baik maka akan mendorong *self efficiency* dalam diri muncul. Maka dari itu *entrepreneurial mindset* berpengaruh signifikan terhadap *self efficiency*.

Berdasarkan teori dan uraian diatas maka peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut:

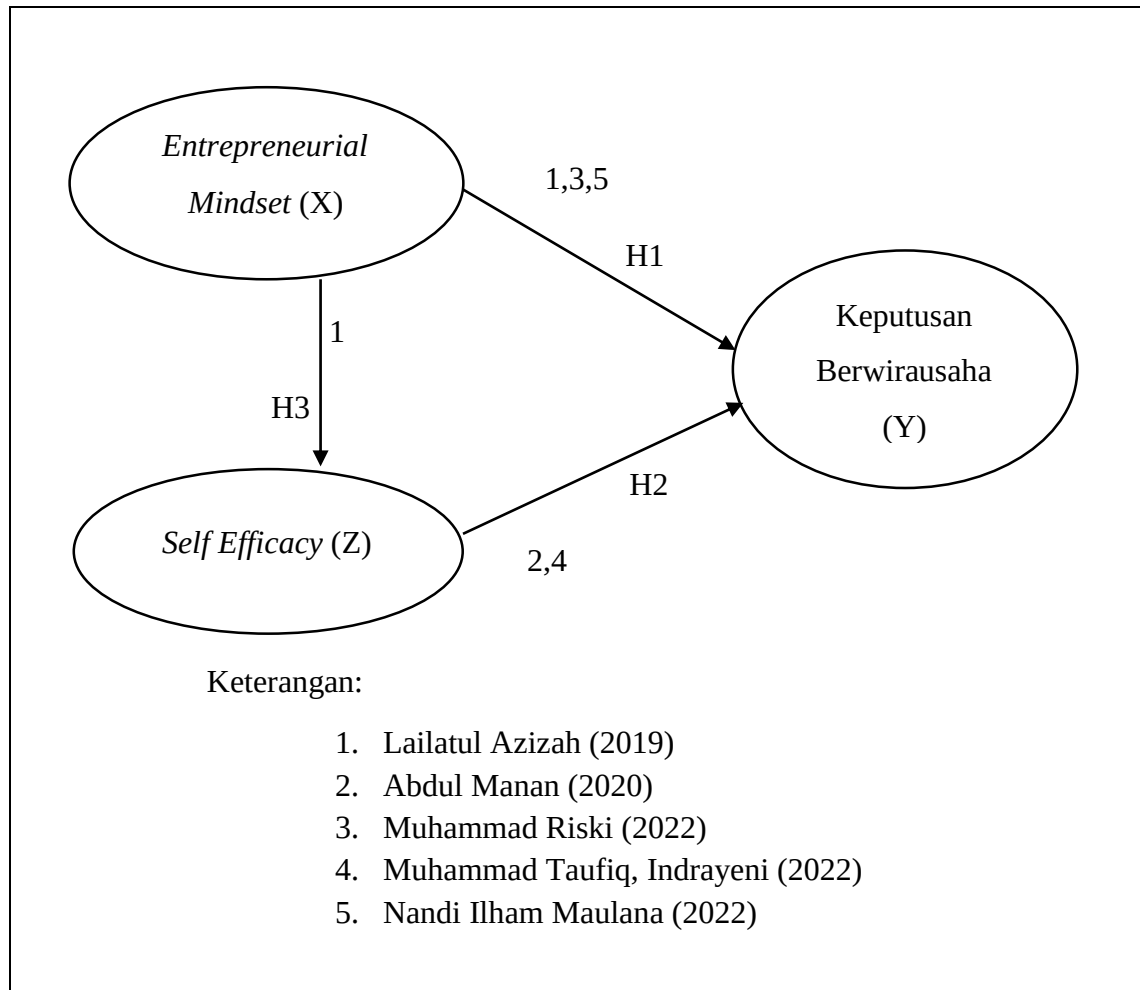
H3 : *Entrepreneurial Mindset* Berpengaruh Signifikan Terhadap *Self Efficiency*.

2.4 Kerangka Konseptual Penelitian

Berdasarkan landasan teori dan penelitian terdahulu, maka dapat di susun sebuah kerangka pemikiran teoritis seperti yang tersaji dalam gambar berikut konseptual adalah hasil pemikiran yang bersifat kritis dalam memperkirakan kemungkinan hasil penelitian yang akan dicapai. Kerangka konseptual memuat variabel yang akan diteliti beserta indikatornya. Kerangka konseptual dari suatu gejala sosial yang mamadai dapat diperkuat untuk menyajikan masalah penelitian dengan cara yang jelas yang dapat diuji. Agar lebih memahami dan terarahnya kelanjutan penulisan proposal ini serta perlu dirumuskan kerangka konseptual. Berikut dijelaskan kerangka konseptualnya.

Gambar 2.3

Kerangka Konseptual



Sumber: Dikembangkan untuk penelitian (2023)

Gambar kerangka pemikiran teoritis dan hipotesis diatas dapat dijelaskan bahwa dalam penelitian ini terdapat 3 variabel yaitu : variabel *independen entrepreneurial mindset* , variabel intervening *Self efficacy* dan variabel *dependen* yaitu Keputusan berwirausaha.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

3.1.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Menurut Sugiyono (2018:13) penelitian kuantitatif merupakan Metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Peneliti menggunakan metode kuantitatif karena dari segi perspektifnya penelitian kuantitatif lebih menggunakan pendekatan etik, artinya bahwa penulis mengumpulkan data dengan menetapkan terlebih dahulu konsep sebagai variabel-variabel yang berhubungan yang berasal dari teori yang sudah ada yang dipilih oleh penulis. Kemudian variabel tersebut dicari dan ditetapkan indikator- indikatornya. Hanya dari indikator yang telah ditetapkan tersebut dibuat kuesioner, pilihan jawaban dan skor- skornya.

Pengumpulan data primer menggunakan survei yaitu tentang Pengaruh *Entrepreneurial mindset* dan *Self efficacy* terhadap keputusan berwirausaha.

Tahapan proses penelitian ini dilakukan awal untuk mengetahui permasalahan yang terjadi pada subjek penelitian, kemudian dilanjutkan dengan studi pustaka untuk mendapatkan berbagai landasan teori yang dapat digunakan

sebagai kajian empiris. Setelah itu dilakukan observasi, interview, dan penyebaran kuisioner kepada generasi z yang ada di Tanjung Selor untuk mengumpulkan data, data yang terkumpul dilakukan analisi untk mengambil kesimpulan. Dimana penelitian ini mencoba melihat seberapa pengaruhnya *Entrepreneurial Mindset* dan *Self Efficacy* Terhadap Keputusan Berwirausaha Pada Generasi Z di Tanjung Selor.

3.2 Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Tanjung Selor, Kabupaten Bulungan Provinsi Kalimantan Utara Kode pos 77212. Adapun jadwal penelitiannya sebagai berikut.

Tabel 3.1
Rancangan Jadwal Kegiatan Penelitian Tahun 2023

Waktu Penelitian	Maret				April				Mei				Juni				Juli			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Observasi Awal																				
Pengajuan judul																				
Penyusunan Proposal																				
Seminar Proposal																				
Penyebaran Kuisioner																				
Analisis/ pengolahan data																				
Penyusunan skripsi																				
Sidang skripsi																				

Sumber: Dikembangkan untuk penelitian (2023)

3.3 Populasi Dan Sampel

3.2.1 Populasi

Menurut Handayani (2020), populasi adalah totalitas dari setiap elemen yang akan diteliti yang memiliki ciri sama, bisa berupa individu dari suatu kelompok, peristiwa, atau sesuatu yang akan diteliti. Populasi dalam penelitian ini yaitu Generasi Z yang sudah lulus sekolah dan perkuliahan atau *fresh graduate* di Tanjung Selor namun untuk jumlah populasi belum diketahui.

3.2.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2017:81) mengidentifikasi sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi dalam penentuan jumlah sampel yang akan diolah dari jumlah populasi, Dalam penentuan jumlah sampel yang akan diolah dari jumlah populasi, maka harus dilakukan dengan teknik pengambilan sampel yang tepat. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *probability sampling*. *Probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel

Penelitian menggunakan rumus Roscoe untuk menentukan jumlah sampel yang digunakan dari keseluruhan populasi. Menurut pendapat Roscoe dalam buku (Sugiyono, 2017) yang menyatakan penentuan sampel sebagai berikut “Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariant (Korelasi dan regresi ganda) maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel (Indikator terbesar) yang diteliti”. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian

ini dapat dilihat dalam hitungan sebagai berikut : $n = 10 \times 10$ Indikator = 100 Responden. Artinya sampel dalam penelitian ini yaitu 100 responden.

3.4 Definisi Operasional Variabel

Berdasarkan pembahasan sebelumnya, penelitian ini menggunakan tiga variabel: satu variabel bebas (*independent*), yaitu Keputusan Berwirausaha, satu variabel antara (*intervening*) yaitu *Self Efficacy* dan satu variabel terikat (*dependent*) Keputusan Berwirausaha. Terhadap variabel-variabel tersebut, responden diminta untuk menyatakan atau menyampaikan tingkat kesetujuannya dengan menggunakan pengukuran skala *likert* 1–5 dengan kualifikasi; 1 sangat tidak setuju, 2 tidak setuju, 3 netral, 4 setuju, dan 5 sangat setuju. Untuk memberikan gambaran, pengertian dan batasan yang jelas tentang variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini, berikutnya dijabarkan definisi operasional variabel penelitian.

3.4.1 *Entrepreneurial Mindset*

Menurut McGrath & MacMillan dalam Azizah (2019:34) *Entrepreneurial Mindset* adalah kerangka berpikir seseorang yang berorientasikan entrepreneur, lebih memilih untuk menjalani ketidakpastian daripada menghindari, melihat segala sesuatu lebih sederhana daripada orang lain yang melihatnya secara kompleks, mau belajar sesuatu yang datang dari pengambilan resiko.

Menurut McGrath & MacMillan dalam Azizah (2019:34) Indikator *entrepreneurial mindset* adalah sebagai berikut:

1. Berani mengambil risiko
2. Kreatif

3. Inovatif
4. *Action Oriented*
5. Sosialisasi.

3.4.2 *Self Efficacy*

Self efficacy adalah konstruk yang berguna dalam menjelaskan proses evaluasi dan pilihan dinamis yang mengelilingi pengembangan niat wirausaha dan keputusan selanjutnya untuk terlibat dalam perilaku wirausaha. Oleh karena itu, *self-efficacy* adalah aspek kritis kewirausahaan, karena *self-efficacy* mendorong seseorang untuk bertahan melalui banyak kendala dan tantangan yang terlibat dalam memulai dan menjalankan bisnis (Zhang dkk, 2018).

Menurut Brown dkk. dalam Manara (2018:36), terdapat beberapa indikator dari *self efficacy* yaitu:

1. Yakin dapat menyelesaikan tugas tertentu.
2. Yakin dapat memotivasi diri untuk melakukan tindakan yang diperlukan untuk menyelesaikan tugas.
3. Yakin bahwa diri mampu berusaha dengan keras, gigih, dan tekun.
4. Yakin bahwa diri mampu bertahan menghadapi hambatan dan kesulitan.
5. Yakin dapat menyelesaikan permasalahan diberbagai situasi.

3.4.3 Keputusan Berwirausaha

Keputusan untuk berwirausaha merupakan suatu keputusan yang diambil oleh individu secara sengaja dan sadar (Krueger, Reilly dan Casrud, 2000) dalam Lailatul Azizah (2019: 60), oleh karena itu merupakan hal yang mendasar untuk menganalisa bagaimana keputusan tersebut dapat diambil oleh individu. Dalam hal

ini, keputusan berwirausaha dapat menjadi langkah awal dalam pembentukan suatu usaha yang baru.

Menurut Pramiswari dan Dharmadiaksa (2017:119). Indikator keputusan berwirausaha adalah:

1. Jiwa Kepemimpinan
2. Berorientasi pada masa depan
3. Ketertarikan menjadi wirausaha
4. Memiliki tekad usaha.

3.5 Sumber Data

3.4.1 Sumber Data

Dalam pengumpulan sumber data, peneliti melakukan pengumpulan sumber data dalam wujud data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data Primer ialah jenis dan sumber data penelitian yang di peroleh secara langsung dari sumber pertama (tidak melalui perantara), baik individu maupun kelompok. Jadi data yang di dapatkan secara langsung. Data primer secara khusus di lakukan untuk menjawab pertanyaan penelitian. Data primer yang diperoleh dalam pra penelitian ini berupa data hasil pengisian kuisioner dari responden Generasi z yang ada di Tanjung Selor.

2. Data Sekunder

Data Sekunder merupakan sumber data suatu penelitian yang di peroleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (di peroleh atau dicatat oleh pihak lain). Data sekunder itu berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah

tersusun dalam arsip atau data dokumenter. Data sekunder yang diperoleh dalam penelitian ini berupa landasan teori, kajian empiris, dan indikator-indikator variabel.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Angket (*Questionnaire*)

Angket merupakan pengumpulan data yang dilakukan dengan mengajukan daftar pertanyaan secara tertulis kepada responden. Pertanyaan yang diajukan adalah pertanyaan yang secara logis berhubungan dengan masalah penelitian dan tiap jawaban pertanyaan mempunyai makna dalam menguji hipotesis.

2. Wawancara (*interview*) Yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan mengadakan wawancara langsung dengan pihak yang dianggap perlu dan berhubungan dengan obyek penelitian. Dalam hal ini informasi atau keterangan diperoleh langsung dari responden atau informan dengan cara tatap muka dan bercakap-cakap.

3. Studi Pustaka Yaitu metode pengumpulan data dengan menggunakan literatur dan jurnal yang berhubungan dengan penelitian ini.

3.7 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat ukur yang digunakan untuk mengumpulkan data sebagai penggambaran variabel untuk pembuktian hipotesis. Kesalahan menggunakan alat ukur akan berakibat kesalahan dalam menilai atau menginterpretasi sebuah fakta empiris. Alat ukur dalam penelitian manajemen

seringkali bersifat kontigensi, yaitu sangat tergantung dari fenomena sosial yang terus berubah dan situasi dan kondisinya relatif bisa berbeda-beda di setiap tempat penelitian. Oleh karena itu, memilih alat ukur harus sesuai dengan variabel, dimensi atau indikator, lingkungan social penelitian dan harus memenuhi syarat-syarat kehandalan (*reliability*) dan keabsahan (*validity*). Jika penggunaan instrument penelitian tidak sesuai, tidak reliabel dan tidak valid, maka hasil penelitian patut untuk diragukan akurasinya (Tontowi, 2016).

3.7.1 Uji Validitas

Validitas merupakan ukuran yang menunjukkan tingkat kesahihan suatu instrumen. Instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan, sehingga dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya validitas menandakan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran validitas yang seharusnya. Untuk mengetahui tingkat validitas sebuah instrumen penelitian yang relative mudah adalah dengan menggunakan alat analisis *Korelasi Person*. Apabila nilai *Korelasi Person* antara item dengan total item di atas 0.30, maka mengindikasikan instrumen tersebut valid. (Tontowi, 2019). Ada beberapa faktor kritis yang harus dicermati dalam menentukan apakah instrumen kuesioner memenuhi kriteria logis apa tidak, yaitu (Tontowi, 2016:98):

- a. Sebelum menyusun kuesioner, teliti kembali apakah indikatornya sudah tepat (bukan dimensi) dan secara spesifik hanya mengukur variabel yang dimaksud dan tidak mengandung unsur-unsur pengukuran pada variabel lain. Hubungan antara indikator dengan varabel tidak boleh memiliki

hubungan kausalitas, sebab indikator merupakan tanda-tanda spesifik mengenai adanya variabel. Jadi tidak boleh mempunyai hubungan pengaruh. Jika indikatornya tidak tepat, hasilnya bias bias.

- b. Responden yang menjawab harus memiliki pemahaman dan relevansi yang kuat dengan konsep penelitian dan memiliki hubungan keterikatan manajerial yang intens dengan objek penelitian. Jika tidak, hasilnya menjadi tidak akurat dan bias mencerminkan keadaan yang tidak sebenarnya.
- c. Pernyataan-pernyataan dalam kuesioner harus konsisten mengandung persepsi yang sejalan (positif atau negatif) dengan persepsi yang dibangun oleh variabel. Jika tidak konsisten hasil analisis bisa bertolak belakang dengan keadaan yang sesungguhnya.
- d. Pernyataan-pernyataan dalam kuesioner harus netral tidak menggiring responden untuk memberikan dukungan atau jawaban tertentu, tidak menjelaskan adanya hubungan antar variabel, dan harus mengandung satu pengukuran spesifik dari sebuah variabel.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah suatu instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data (ukuran) yang sama. Instrumen yang reliabel atau dapat dipercaya atau handal, Akan dapat menghasilkan data yang dapat dipercaya juga. Untuk mengetahui tingkat reliabilitas sebuah instrumen penelitian yang relatif mudah adalah dengan menggunakan alat analisis *Alpha Cronbach*. Jika nilai koefisien *Alpha Cronbach* di atas 0.60, maka mengindikasikan instrumen tersebut reliabel Tontowi (2016:103).

3.8 Metode Analisis Data

Ada dua metode statistik yang biasa digunakan dalam penelitian manajemen, yaitu statistik deskriptif dan statistik inferensial: Statistik deskriptif adalah gambaran data lapangan dengan cara mempresentasikan data primer ke dalam tabulasi. Tujuannya untuk memperoleh gambaran tentang variabel-variabel yang diteliti dan juga untuk mengidentifikasi karakteristik masing-masing variabel dalam bentuk frekuensi dan persentase, serta untuk memperoleh gambaran umum tentang karakteristik dari responden pada objek penelitian (Tontowi, 2016).

Metode Statistik *inferensial* yang digunakan dalam analisis data pada pembahasan ini adalah *Structural Equation Modeling (SEM)*. Alasan menggunakan SEM, pertimbangan bahwa hubungan kausal yang dirumuskan dalam banyak penelitian dengan pendekatan kuantitatif, banyak menggunakan model yang tidak sederhana (kompleks). Bentuk hubungan kausal seperti membutuhkan analisis yang mampu menjelaskan secara simultan tentang hubungan tersebut sehingga metode yang digunakan dalam analisis data direkomendasikan menggunakan SEM (Tontowi, 2016).

Pada pembahasan ini menggunakan analisis SEM berdasarkan atas beberapa alasan sebagai berikut:

1. Alasan pertama, pembahasannya untuk menguji model secara struktural.
2. Alasan kedua yaitu pada pembahasan ini diasumsikan seluruh variabel melibatkan variabel yang bersifat *unobservable (latent variable)*, yaitu variabel tidak dapat diukur secara langsung melalui indikator, sehingga dilakukan teknik

analisis *Confirmatory Factor Analysis* (CFA). Akan tetapi dalam SEM dapat dilakukan teknik yang identic dengan CFA yaitu SEM dalam model pengukuran.

Model persamaan struktural (SEM) merupakan kumpulan teknik-teknik yang memungkinkan pengujian sebuah rangkaian hubungan yang relatif rumit secara simultan. Hubungan yang rumit tersebut dapat berbentuk antara satu atau beberapa variabel dependen dengan satu atau beberapa variabel independent. Masing-masing konstruk dibangun dari beberapa variabel indikator (Ferdinand, 2002) dalam Nandi ilham (2022:90). Data yang diperoleh dan responden yang dijadikan sebagai sampel penelitian melalui kuesioner yang di sebarakan, akan dianalisis dengan menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) berdasarkan program AMOS 24 dan SPSS 23. Program AMOS menunjukkan pengukuran masalah yang struktural, dan digunakan untuk menguji model hipotesis. Hal ini disebabkan adanya kemampuan untuk; memperkirakan koefisien yang diketahui dari persamaan linier struktural, mengakomodasi model yang merupakan variabel laten, mengakomodasi kesalahan pengukuran pada variabel dependen dan independent (Tontowi, 2016).

Langkah-langkah pembentukan model persamaan struktural (Hair, 2006) dalam (Tontowi, 2016) adalah sebagai berikut:

3.8.1 Pengembangan Model Berbasis Teori

Langkah pengembangan model teoritis dilakukan serangkaian eksplorasi ilmiah melalui telaah Pustaka guna mendapatkan justifikasi atas model teoritis yang akan dikembangkan. SEM digunakan untuk mengkonfirmasi model teoritis tersebut melalui data empiris. SEM merupakan sebuah *confirmatory technique*.

Teknik ini merupakan teknik menguji teori baru atau teori yang sudah dikembangkan dan yang akan diuji lagi secara empiris. Pengujian ini dapat dilakukan dengan mempergunakan SEM, tetapi SEM tidak dipergunakan untuk membentuk hubungan kausalitas baru. Melainkan dipergunakan untuk menguji pengembangan kausalitas yang sudah ada justifikasi teorinya.

3.8.2 Pengembangan Diagram Alur (Path Diagram)

Model teoritis yang telah dibangun pada tahap pertama akan digambarkan dalam sebuah diagram alur, yang akan mempermudah untuk melihat hubungan-hubungan kausalitas yang ingin diuji. Dalam diagram jalur, hubungan antar konstruk akan dinyatakan melalui anak panah. Anak panah yang lurus menunjukkan sebuah hubungan kausal yang langsung antara satu konstruksi dengan konstruksi lainnya, sedangkan garis-garis lengkung antar konstruk dengan anak panah pada setiap ujungnya menunjukkan korelasi antar konstruk. Pengukuran hubungan antar variabel dalam SEM dinamakan struktural model.

Konversi diagram alur ke dalam persamaan struktural dan model pengukuran. Persamaan yang didapat dari diagram alur yang dikonversi dalam (Tontowi, 2019) terdiri dari:

1. Persamaan structural (*structural equation*)

Yang dirumuskan untuk menyatakan hubungan kausalitas antar berbagai konstruk.

$\text{Variabel endogen} = \text{variabel eksogen} + \text{variabel endogen} + \text{error}$
--

2. Persamaan spesifik model pengukuran (*measurement model*)

Dimana harus ditentukan variabel yang mengukur konstruk dan menentukan serangkaian matriks yang menunjukkan korelasi yang dihipotesakan antar konstruk. Persamaan struktural yang akan dicari dan diuji koefisiennya adalah sebagai berikut:

$$Y_1 = \gamma_1 X_1 + \zeta_1$$

$$Y_2 = \gamma_2 X_1 + \zeta_2$$

$$Y_3 = \gamma_3 X_1 + \beta_2 Y_1 + \beta_3 Y_2 + \zeta_3$$

Keterangan:

γ (Gama) = koefisien pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen

β (Beta) = koefisien pengaruh variabel endogen terhadap variabel endogen

ζ (Zeta) = galat model

3. Evaluasi Kriteria *Goodness of Fit*

Pada tahap ini dilakukan pengujian terhadap kesesuaian model melalui telaah terhadap berbagai kriteria *goodness of fit*. Berikut ini beberapa indeks kesesuaian dan cut-off value untuk menguji apakah sebuah model dapat diterima atau ditolak (Tontowi, 2016).

4. χ^2 -*Chi-square* statistik, dimana model dipandang baik atau memuaskan bila nilai chi-squarenya rendah. Semakin kecil nilai χ^2 semakin baik model itu dan diterima berdasarkan probabilitas dengan *cut-off value* sebesar $p > 0.05$ atau $p > 0.10$.
5. RMSEA (*The root Mean Square Error of Approximation*), yang menunjukkan *goodness of fit* yang diharapkan bila model diestimasi dalam populasi (Hair 1992) dalam Tontowi (2019) Nilai RMSEA yang lebih kecil

atau sama dengan 0,08 merupakan indeks untuk dapat diterimanya model yang menunjukkan sebuah close fit dari model itu berdasarkan *degrees of freedom*.

6. GFI (*Goodness of Fit Index*), adalah ukuran non statistical yang mempunyai rentan nilai antara 0 (*poor fit*) sampai dengan 1.0 (*perfect fit*). Nilai yang tinggi dalam indeks ini menunjukkan sebuah '*better fit*'
7. AGFI (*Adjusted Goodness of Fit Index*), dimana tingkat penerimaan yang direkomendasikan adalah bila AGFI mempunyai nilai sama dengan atau lebih besar dari 0,90.
8. CMIN/DF, adalah *The Minimum Sample Discrepancy Function* yang dibagi dengan *Degree of Freedom*. CMIN/DF tidak lain adalah *statistik chi-square*, X^2 dibagi DFnya disebut X^2 relatif. Bila nilai X^2 relatif kurang dari 2.0 atau 3.0 adalah indikasis dari *acceptable fit* antara model dan data.
9. TLI (*Tucker Lewis Index*), merupakan incremental index yang membandingkan sebuah model yang diuji terhadap sebuah base line model, dimana nilai yang direkomendasikan sebagai acuan untuk diterimanya sebuah model adalah $\geq 0,95$ (Ferdinand, 2002) dalam Tontowi (2019) dan nilai yang mendekati 1 menunjukan *a very good fit*.
10. CFI (*Comprative Fit Index*), dimana bila mendekati 1, mengindikasi tingkat fit yang paling tinggi (Arbucle, 1997). Nilai yang direkomendasikan adalah $CFI \geq 0,95$. Dengan demikian indeks-indeks yang digunakan untuk menguji kelayakan sebuah model adalah seperti dalam table beriku ini:

Tabel 3.2
Kriteria Goodness of Fit

<i>Goodness of fit</i>	<i>index Cut-of value</i>
<i>Significaned Probability</i>	≥ 0.05
RMSEA	≤ 0.08
GFI	≥ 0.90
AGFI	≥ 0.90
CMIN/DF	≤ 2.00
TLI	≥ 0.95
CFI	≥ 0.95

Sumber : Ferdinand dalam Tontowi (2016)

3.7 Pengujian Asumsi Model *Structural Equation Moldeling* (SEM)

Prinsip uji hipotesis asumsi model, yaitu asumsi yang berkaitan dengan model dan asumsi yang berkaitan dengan pendugaan parameter dan pengujian hipotesis yang dijelaskan berikut (Tontowi, 2016)

1. Asumsi *linieritas* yaitu asumsi yang menghendaki semua hubungan berbentuk linier. Uji *linearitas*, untuk memeriksanya dapat dilakukan dengan membuat diagram pencar (*scatter diagram*) atau pendekatan *curve fit* (pada software SPSS). Pengujian asumsi linieritas menggunakan metode *curve fit* yang dilakukan dengan software SPSS. Rujukan yang digunakan adalah jika nilai Sig model Linier < 0.05 maka asumsi *linieritas* terpenuhi.
2. Asumsi tidak adanya *outlier* (pencilan). Outlier merupakan observasi yang muncul dengan nilai ekstrim secara *univariate* maupun *multivariate*, karena kombinasi karakteristik unik dan terlihat sangat jauh berbeda dari observasi lainnya. *Outlier* muncul dengan empat (4) kategori berikut :

- a. *Outlier* muncul karena kesalahan prosedur seperti kesalahan dalam memasukkan data atau kesalahan dalam mengkode data
 - b. *Outlier* muncul karena keadaan khusus yang memungkinkan profil data menjadi lain, khusus yang memungkinkan profil data menjadi lain, tetapi peneliti mempunyai penjelasan mengenai apa yang menyebabkan munculnya nilai ekstrim tersebut.
 - c. *Outlier* muncul karena adanya sesuatu alasan, tetapi tidak dapat diketahui perihalnya penyebab munculnya ekstrim itu.
 - d. *Outlier* muncul dalam rentang nilai yang ada, tetapi apabila dikombinasikan dengan variabel lainnya, kombinasinya menjadi tidak lazim atau sangat ekstrim, yang disebut dengan multivariate outlier, maka menggunakan metode pengujian *Mahalanobis distance*.
3. Asumsi normalitas sebaran, yaitu data yang akan dianalisis (variabel *latent*) dengan menyebar normal (normal ganda). Dengan sampel yang besar (100), asumsi ini tidak terlalu kritis, landasannya adalah Dalil Limit Pusat (*Central Limit Theorem*), yaitu jika n (*sample size*) besar maka statistik dari sampel tersebut akan mendekati distribusi normal walaupun populasi dari mana sampel tersebut diambil tidak terdistribusi normal (Tontowi, 2016).

3.8 Pengujian Model Struktural: Uji Hipotesis Penelitian

Setelah model tersebut memenuhi syarat, maka yang perlu dilakukan selanjutnya adalah uji *regression weight/loading* faktor. Uji ini dilakukan sama dengan uji t terhadap *regression weight* atau loading faktor atau koefisien model (Tontowi, 2016). Pengujian ini dilakukan terhadap:

1. Hipotesis mengenai measurement model:

Parameter Lambda (λ), yaitu parameter yang berkenaan dengan pengukuran variabel latent berdasarkan variabel manifest (berkaitan dengan validitas instrumen). Hipotesis yang di uji:

$H_0 : \lambda_i = 0$ (tidak signifikan)

$H_1 : \lambda_i > 0$ (signifikan)

2. Hipotesis mengenai structural model:

Parameter Beta (β), yaitu parameter pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen dalam structural model. Hipotesis yang di uji:

$H_0 : \beta_i = 0$ (tidak signifikan)

$H_1 : \beta_i \neq 0$ (signifikan)

3. Parameter Gama (γ), yaitu parameter pengaruh variabel endogen terhadap variabel endogen dalam structural model. Hipotesis yang di uji:

$H_0 : \gamma_i = 0$ (tidak signifikan)

$H_1 : \gamma_i \neq 0$ (signifikan)

Uji ini sama dengan uji t (uji parsial) dalam *multiple regression*, uji ini dilakukan dengan cara membandingkan nilai thitung dengan tabel dengan ketentuan:

jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ berarti variabel tersebut signifikan dan

jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ berarti variabel tersebut tidak signifikan.

Ferdinand dalam Tontowi, (2016) menjelaskan bahwa t_{hitung} identik dengan C.R (*critical ratio*) yang diuji dengan nilai probabilitas p , dimana jika $p < 0,05$ menunjukkan pengaruh yang signifikan dan jika $p > 0,05$ menunjukkan tidak signifikan.

BAB 1V

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas mengenai analisis data yang diperoleh dari hasil penelitian. Data yang akan diolah diperoleh melalui kuesioner yang disebarkan kepada para responden, dimana dalam penelitian ini yaitu para Generasi Z yang memiliki usaha di Kecamatan Tanjung Selor. Keseluruhan kuesioner yang disebarkan berjumlah 100 untuk 100 orang responden. Dalam melakukan analisis data ini, peneliti menggunakan bantuan program SPSS 23 dan AMOS 24. Seluruh hasil dari perhitungan komputer akan dilampirkan pada halaman lampiran.

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Tanjung Selor adalah kecamatan dan merupakan pemerintahan ibukota dari Provinsi Kalimantan Utara. Kecamatan ini terletak di Kabupaten Bulungan, Provinsi Kalimantan Utara, Indonesia .

Lokasi penelitian ini terdapat di Kecamatan Tanjung Selor, dengan objek penelitian yaitu Generasi Z yang memiliki usaha. Jumlah Generasi Z di Tanjung Selor tercatat di Badan Pusat Statistik Kabupaten Bulungan pada tahun 2021 akan disajikan dalam tabel berikut

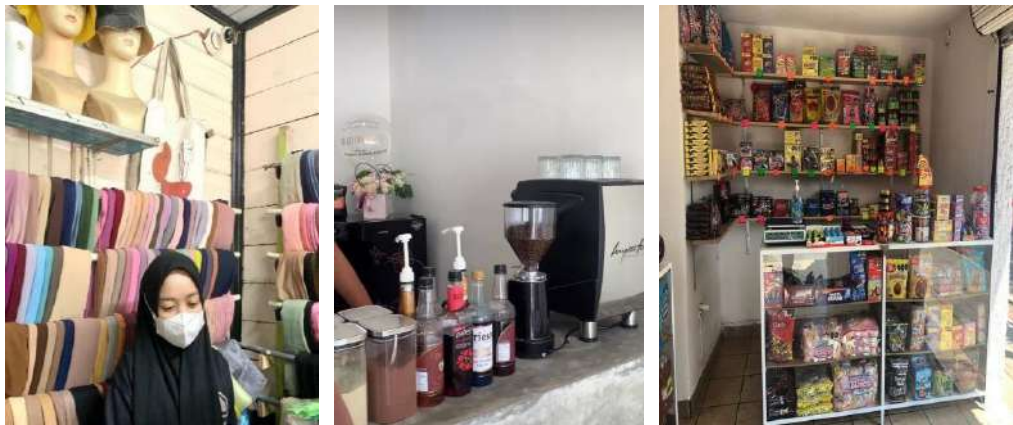
Tabel 4.1
Jumlah Generasi Z di Tanjung Selor Tahun 2021

NO	USIA	Keterangan
1.	18-20	8.850
2.	21-24	10.204
TOTAL		19.054

Sumber: BPS Kabupaten Bulungan

Berdasarkan data diatas jumlah Generasi z di Tanjung selor yaitu sebanyak 19.054. Sebagian dari mereka sudah cukup banyak yang memutuskan untu k berwirausaha diberbagai bidang yang bergerak di semua bidang, seperti makanan, cemilan, sembako, jasa, *cafee shop*, pakaian, salon, aksesoris, ikan hias, konter, peralatan olahraga, otomotif, kost, pencucian motor dan mobil, produk kecantikan, dan lain-lain. Mereka yang memutuskan berwirausaha tentunya dari berbagai jurusan sekolah/universitas yang berbeda-beda, seperti tata boga, manajemen, ekonomi pembangunan, administrasi publik, ips, pendidikan sosiologi, hukum, teknik sipil, tata busana, perikanan, dan lain-lain. Berikut adalah gambar beberapa usaha yang dijalankan generasi z.

Gambar 4.1
Jenis Usaha



Sumber: Dokumentasi penelitian (2023)

Tabel 4.2

Jenis Usaha Generasi Z di Tanjung Selor Tahun 2023

N0	JENIS USAHA		PEMILIK	JUMLAH
1.	Cemilan	Bakpao	Gustian	1
		Keripik tempe	Yudha, Fikri N, Dinda, Sidiq, Fikran	5
		Cuanki	Jony	1
		Takoyaki	Deri, Ratna, Dzikri	3
		Sempol ayam	Ramli, Nabilah, Hernanta, Raya	4
		Keripik singkong	Indra, Nanang, Hamzah	3
		Aneka makanan ringan	Tisha, Nurhidayati, Wahyudi, Dinda	4
		Dessert	Asmya, Silmi, Ananda, Agnes	4
2.	Makanan	Cathering	Risda, Fitri	2
		Bakso	Ade	1
		Soto banjar	Lahang, Raya Irfan	3
		Aneka masakan jadi	Abram, Galfa, Dicky, Rahma, Desi	5
3.	Pakaian	Jual jilbab/hijab	Fatimah, Evi, Nurul, Kiki, Darmawati, Dewi, Syarifah	7
		Thrift shop	Haikal, Galang, Rosman, Cikal, Reza, Rizky, Yusuf	7
		Pakaian wanita	Katherine, Dheya, Nathasia, Triana, Nathalie, Indah, Saidah,	10

			Nadia, Yulifathul, Soraya	
		Pakaian Olahraga	Firdhan, Fiqri, Alfansuri, Rezi, Fadhel	5
4.	Produk dan jasa	Jual beli handphone bekas	Jony, Mandala	2
		Konter	Echi, Wahyu	2
		Rental	Alfayed, Nugraha	2
		Fotocopy	Michael, Andi	2
		Shoes care	Audia, Putra, Rakhman	3
		Jual beli kucing	Reni	1
		Laundry	Najwa	1
5.	Coffe shop	Kedai kopi/ <i>coffe shop</i>	Ijul, Naya, Dwi, Putra, Annisa, Reza, Aldo, Galang, Maulana, Iqbal, Saldy, Haidar, Hasyim, Husain, Sabri, Robby	16
6.	Sembako	Toko sembako	Sri, Qurratu, Asla, Nugraha, Putri, Devieka	6
7.	Aksesoris	Pernak-pernik	Diaz, Tayu, Najwa, Puspita, Nabila, Angelie, Chaterine, Marsella, Anggun, Azlina.	10
TOTAL				124

Sumber: Data penelitian (2023)

Berdasarkan data diatas Generasi Z di Tanjung Selor memiliki usaha yang bermacam-macam. Jumlah usaha yang paling banyak adalah Kedai kopi/*coffe shop* yaitu berjumlah enam belas (16), selanjutnya usaha pakaian wanita dan

pernakpernik berjumlah sepuluh (10), jual hijab berjumlah delapan (8), dan berbagai jenis usaha lainnya.

4.2 Karakteristik Responden

Jumlah responden yang dianalisis dalam penelitian ini berjumlah 100 pelaku usaha generasi z di Tanjung Selor. Penelitian ini dilakukan dengan penyebaran instrument penelitian dengan kuesioner. Dan dari hasil penelitian ini sehingga diperoleh karakteristik yang dibagi berdasarkan Jenis Kelamin, Usia, Pendidikan dan tahun lulus.

4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Data dari yang peneliti kumpulkan, peneliti mendapatkan data jenis kelamin responden sebagai berikut:

Tabel 4.3

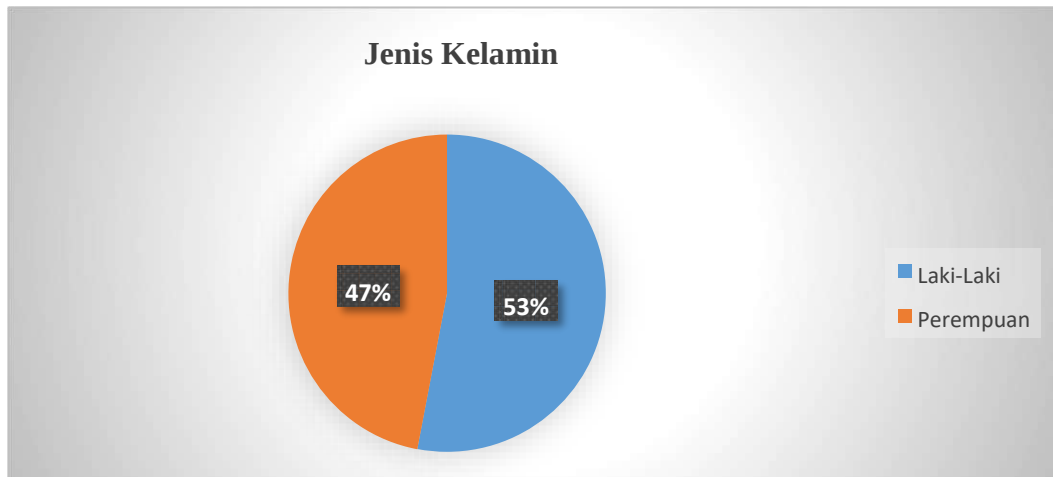
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Laki-Laki	53	53%
Perempuan	47	47%
Total	100	100%

Sumber :Data penelitian diolah (2023)

Untuk lebih jelasnya disajikan dalam gambar berikut:

Gambar 4.2
Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin



Sumber: Data penelitian diolah(2023)

Dari data responden yang diperoleh dari 119 orang yang mengisi kuesioner 53 diantaranya adalah laki-laki dan 47 lainnya adalah perempuan. Dapat dikatakan mayoritas Generasi z yang memutuskan berwirausaha adalah 53% dan terdapat sekitar 47% adalah perempuan.

4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Data dari yang peneliti kumpulkan, peneliti mendapatkan data usia responden sebagai berikut:

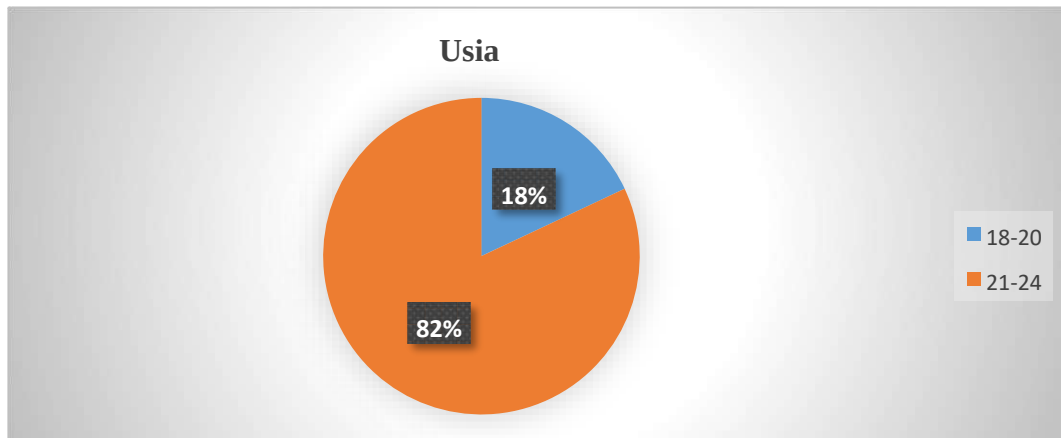
Tabel 4.4
Karakteristik Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Presentase
18-20	18	18%
21-24	82	82%
Total	100	100%

Sumber: Data penelitian diolah (2023)

Untuk lebih jelasnya disajikan dalam gambar berikut:

Gambar 4.3
Karakteristik Berdasarkan Usia



Sumber : Data penelitian diolah (2023)

Dari data yang dikumpulkan, ditemukan bahwa mayoritas Generasi Z di Tanjung Selor memiliki rentang usia 18–20 tahun sebanyak 18%, sedangkan sisanya yang memiliki rentang usia 21–24 tahun sebanyak 82%. Hal ini menunjukkan bahwa Generasi Z yang memutuskan berwirausaha adalah yang sedang berkuliah dan yang sudah lulus dari perkuliahan.

4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Data dari yang peneliti kumpulkan, peneliti mendapatkan data pendidikan responden sebagai berikut:

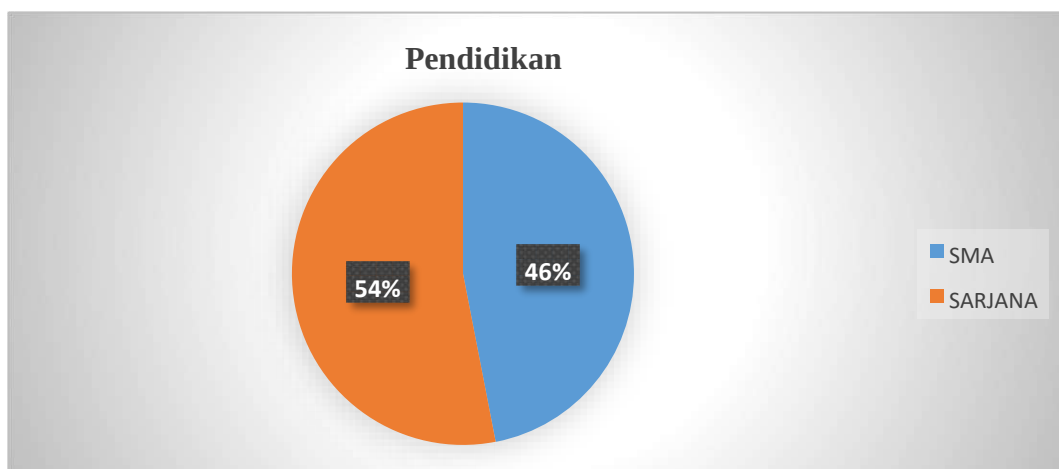
Tabel 4.5
Karakteristik Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan	Jumlah	Presentase
SMA	46	46%
Sarjana	54	46%
TOTAL	100	100%

Sumber: Data penelitian diolah(2023)

Untuk lebih jelasnya disajikan dalam gambar berikut:

Gambar 4.4
Karakteristik Berdasarkan Pendidikan



Sumber: Data penelitian diolah (2023)

Dari data diatas Responden memiliki latar belakangnya pendidikan yang berdeda-beda. Namun dapat dilihat dari data yang dihimpun jumlah responden memiliki latar belakang pendidikan SMA sekitar 46%, dan sekitar 54% dengan latar belakang pendidikan Sarjana. Dengan demikian responden sudah dapat

bertanggung jawab dan mengerti dengan pertanyaan yang diajukan di dalam kuesioner.

4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Lulus

Data dari yang peneliti kumpulkan, peneliti mendapatkan data pendidikan responden sebagai berikut:

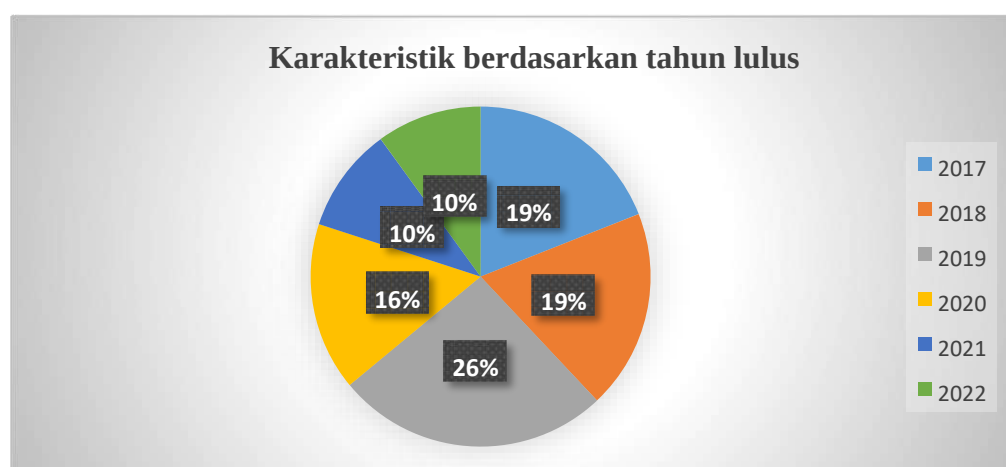
Tabel 4.6
Karakteristik Berdasarkan Tahun Lulus

Tahun Lulus	Jumlah	Presentase
2017	19	19%
2018	19	19%
2019	26	26%
2020	16	16%
2021	10	10%
2022	10	10%
TOTAL	100	100%

Sumber : Data penelitian diolah (2023)

Untuk Lebih jelasnya disajikan dalam gambar berikut:

Gambar 4.5
Karakteristik Berdasarkan Tahun Lulus



Sumber: Data penelitian diolah(2023)

Dari data diatas dapat dilihat responden dengan tahun lulus yang berbeda-beda. Namun dapat dilihat pada table dan gambar di atas, jumlah responden dengan rentang tahun lulus 2017 sebanyak 19%, selanjutnya rentang tahun 2018 sebanyak 19%. Rentang tahun 2019 sebanyak 26%. Rentang tahun 2020 sebanyak 16%, selanjutnya rentang tahun 2021 adalah sebanyak 10%. Dan terakhir rentang tahun 2022 adalah sebanyak 10%.

4.3 Deskripsi Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian ini diukur dengan instrumen kuesioner dengan pertanyaan tertutup menggunakan lima pilihan jawaban yaitu; Sangat Tidak Setuju (skor 1), Tidak Setuju (skor 2), Netral (skor 3), Setuju (skor 4), dan Sangat Setuju (skor 5). Tujuan dari deskripsi variabel penelitian yang merupakan bagian dari analisis statistika deskriptif adalah untuk mengetahui distribusi frekuensi jawaban responden terhadap kuesioner yang dibagikan dan menggambarkan secara mendalam mengenai variabel *Entrepreneurial Mindset* (X), *Self Efficacy* (Z) dan Keputusan Berwirausaha (Y) yang dianalisis dalam penelitian ini. Distribusi frekuensi tersebut diperoleh dari hasil tabulasi skor jawaban responden. Adapun penelitian kualitatif terhadap hasil tabulasi jawaban responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4.7

Tabel Nilai dan Predikat

Nilai	Kualifikasi
0,1-1,0	Sangat Tidak Baik
1,1-2,0	Kurang/ Tidak Baik
2,1-3,0	Cukup
3,1-4,0	Baik

4,1-5,0	Sangat Baik
---------	-------------

Sumber : Tontowi (2016)

4.3.1 Deskripsi Variabel *Entrepreneurial Mindset*

Pada variabel *Entrepreneurial Mindset* (X) terdiri dari 5 indikator yaitu Berani mengambil resiko (X1), Kreatif (X2), Inovatif (X3), *Action Oriented* (X4), dan Sosialisasi (X5). Hasil distribusi frekuensi jawaban responden pada variabel ini disajikan sebagaimana Tabel 4.8 berikut:

Tabel 4.8
Deskripsi Variabel *Entrepreneurial Mindset*

NO	INDIKATOR	SKOR JAWABAN RESPONDEN					JUMLAH	RATARATA
		STS	TS	N	S	SS		
1.	X1	8	3	0	38	51	100	4.21
		8%	3%	0%	38%	51%	100%	
2.	X2	10	3	0	48	39	100	4.03
		9%	4%	0%	48%	39%	100%	
3.	X3	11	3	0	48	38	100	3.99
		11%	3%	0%	48%	38%	100%	
4.	X4	10	8	0	50	32	100	3.86
		10%	8%	0%	50%	32%	100%	
5.	X5	9	4	0	51	36	100	4.01
		9%	4%	0%	51%	36%	100%	
RATA-RATA								4.02

Sumber: Data penelitian diolah (2023)

Dari Tabel 4.8 di atas dapat diketahui indikator pertama tentang berdasarkan Berani mengambil resiko (X1), didominasi oleh jawaban sangat setuju yaitu sejumlah 51 responden atau 51% Hal ini menunjukkan bahwa

responden umumnya memberikan respon sangat setuju pada pernyataan tersebut. Pada indikator kedua yaitu Kreatif (X2), didominasi oleh jawaban setuju yaitu sejumlah 48 responden atau 48%. Hal ini menunjukkan bahwa responden umumnya memberikan respon setuju pada pernyataan tersebut. Pada indikator ketiga yaitu Inovatif (X3), didominasi oleh jawaban setuju sejumlah 48 responden atau 48%. Hal ini menunjukkan bahwa responden umumnya memberikan respon setuju pada pernyataan tersebut. Pada indikator ke empat yaitu *Action Oriented* (X4), didominasi oleh jawaban setuju sejumlah 50 responden atau 50%. Hal ini menunjukkan bahwa responden umumnya memberikan respon setuju pada pernyataan tersebut. Dan yang terakhir pada indikator Sosialisasi (X5), didominasi oleh jawaban setuju yaitu sebanyak 51 responden atau 51%. Hal ini menunjukkan bahwa responden umumnya memberikan respon setuju pada pernyataan tersebut

Dari hasil jawaban secara keseluruhan pada variabel *Entrepreneurial Mindset* rata-rata jawaban responden pada tiga indikator berkisar antara 3.86 hingga 4.21 dengan rata-rata keseluruhan 4.02. Hal ini menunjukkan bahwa pandangan responden terhadap konflik peran ganda yang diberikan adalah baik.

4.3.2 Deskripsi Variabel *Self Efficacy* (Z)

Pada variabel *Self Efficacy* (Z) terdiri dari 5 indikator yaitu (Z1) Yakin dapat menyelesaikan tugas tertentu, (Z2) Yakin dapat memotivasi diri untuk melakukan tindakan yang diperlukan untuk menyelesaikan tugas, (Z3) Yakin bahwa diri mampu berusaha dengan keras, gigih, dan tekun. (Z4) Yakin bahwa diri mampu bertahan menghadapi hambatan dan kesulitan dan (Z5) Yakin dapat

menyelesaikan masalah dalam berbagai situasi. Hasil distribusi frekuensi jawaban responden pada variabel ini disajikan sebagaimana Tabel 4.9 berikut:

Tabel 4.9
Deskripsi Variabel *Self Efficacy*

NO	INDIKATOR	SKOR JAWABAN RESPONDEN					JUMLAH	RATA-RATA
		STS	TS	N	S	SS		
1.	(Z1)	2	2	0	48	48	100	4.38
		2%	2%	0%	48%	48%	100%	
2.	(Z2)	10	1	0	44	45	100	4.13
		10%	1%	0%	44%	45%	100%	
3.	(Z3)	6	1	0	48	45	100	4.25
		3%	0%	0%	49%	48%	100%	
4.	(Z4)	9	7	0	51	33	100	3.92
		9%	7%	0%	51%	39%	100%	
5.	(Z5)	3	2	0	38	57	100	4.44
		3%	2%	0%	38%	57%	100%	
RATA-RATA								4.22

Sumber: Data diolah (2023)

Dari Tabel 4.9 di atas dapat diketahui indikator pertama yaitu Yakin dapat menyelesaikan tugas tertentu (Z1), didominasi oleh jawaban setuju dan sangat setuju yaitu sejumlah 48 responden atau 48%. Hal ini menunjukkan bahwa responden umumnya memberikan respon setuju dan sangat setuju pada pernyataan tersebut. Pada indikator kedua yaitu Yakin dapat memotivasi diri untuk melakukan tindakan yang diperukan untuk menyelesaikan tugas (Z2), didominasi oleh jawaban sangat setuju yaitu sejumlah 45 responden atau 45%. Hal ini

menunjukkan bahwa responden umumnya memberikan respon sangat setuju pada pernyataan tersebut. Pada indikator ketiga yaitu Yakin bahwa diri mampu berusaha dengan keas, gigih, dan tekun (Z3), didominasi oleh jawaban setuju sejumlah 48 atau 48%. Hal ini menunjukkan bahwa responden umumnya memberikan respon setuju pada pernyataan tersebut. Selanjutnya indikator ke empat yaitu Yakin bahwa diri mampu bertahan menghadapi hambatan dan kesulitan (Z4), didominasi oleh jawaban setuju dengan 51 responden atau 51%. Hal ini menunjukkan bahwa responden umumnya memberikann respon setuju pada pernyataan tersebut. Dan yang terakhir indikator Yakin dapat menyelesaikan masalah diberbagai situasi (Z5), yang didominasi oleh jawaban sangat setuju dengan sejumlah 57 responden atau 57%. Dari hasil jawaban secara keseluruhan pada variabel *Self Efficacy* rata-rata jawaban responden pada lima indikator berkisar antara 3.92 hingga 4.44 dengan rata-rata keseluruhan 4.22 .Hal ini menunjukkan bahwa pandangan responden terhadap *Self Efficacy* yang diberikan adalah sangat baik.

4.3.3 Deskripsi Variabel Keputusan Berwirausaha (Y)

Pada variabel keputusan berwirausaha (Y) terdapat empat indikator yaitu Jiwa kepemimpinan (Y1), Berorientasi pada masa depan (Y2), Ketertarikan menjadi wirausaha (Y3), Memiliki tekad yang kuat (Y4). Hasil distribusi frekuensi jawaban responden pada variabel ini disajikan sebagaimana Tabel.4.10 berikut:

Tabel 4.10
Deskripsi Variabel Keputusan Berwirausaha

NO	INDIKATOR	SKOR JAWABAN RESPONDEN					JUMLAH	RATA-RATA
		STS	TS	N	S	SS		
1.	(Y1)	5	5	0	36	54	100	4.29
		5%	5%	0%	36%	54%	100%	
2.	(Y2)	7	2	0	42	49	100	4.24
		7%	2%	0%	42%	49%	100%	
3.	(Y3)	12	6	0	41	41	100	3.93
		12%	6%	0%	41%	41%	100%	
4.	(Y4)	14	8	0	35	43	100	3.85
		14%	8%	0%	35%	43%	100%	
RATA-RATA								4.07

Sumber: Data penelitian diolah (2023)

Dari Tabel 4.10 di atas dapat diketahui indikator pertama yaitu Indikator (Y1) Jiwa Kepemimpinan didominasi oleh jawaban sangat setuju dengan sejumlah 54 responden atau 54%. Hal ini menunjukkan responden umumnya memberikan respon sangat setuju pada pernyataan tersebut, Indikator (Y2) Berorientasi pada masa depan didominasi oleh jawaban sangat setuju dengan sejumlah 49 responden atau 49%. Hal ini menunjukkan responden umumnya memberikan respon sangat setuju pada pernyataan tersebut, Indikator (Y3) Ketertarikan menjadi wirausaha didominasi oleh jawaban setuju dan sangat setuju dengan sejumlah 41 responden atau 41%. Hal ini menunjukkan bahwa responden umumnya memberikan respon setuju dan sangat setuju pada pernyataan tersebut dan Indikator (Y4) Memiliki

tekad usaha didominasi oleh jawaban sangat setuju dengan sejumlah 43 responden atau 43%. Hal ini menunjukkan bahwa responden umumnya memberikan respon sangat setuju pada pernyataan tersebut.

Dari hasil jawaban secara keseluruhan pada variabel Keputusan Berwirausaha rata-rata jawaban responden pada empat indikator berkisar antara 3.85 hingga 4.29 dengan jumlah rata-rata keseluruhan 4.07. Hal ini menunjukkan bahwa pandangan responden terhadap *Self Efficacy* yang diberikan adalah baik.

4.4 Instrumen Penelitian

Uji Instrumen penelitian meliputi pengujian Validitas dan Reabilitas sebagai berikut:

4.4.1 Hasil Uji Instrumen Validitas Penelitian

Validitas instrument diuji dengan alat analisis *Korelasi Pearson* antara item dengan total item. Jika nilai *korelasi person* di atas 0.30, mengindikasikan item tersebut valid. Sebaliknya jika nilai korelasi dibawah 0.30 mengindikasikan item tersebut tidak valid, dan layak untuk tidak diikutsertakan pada tahap selanjutnya (Tontowi, 2019). Hasil pengujian Validitas setiap variabel disajikan seperti dalam tabel 4.11 berikut:

Tabel 4.11
Hasil Uji Validitas Variabel

Variabel	Item	Korelasi	Keterangan
<i>Entrepreneurial Mindset (X)</i>	X1	0.535	Valid
	X2	0.618	Valid
	X3	0.609	Valid
	X4	0.680	Valid
	X5	0.742	Valid
<i>Self Efficacy (Z)</i>	Z1	0.678	Valid
	Z2	0.833	Valid
	Z3	0.610	Valid
	Z4	0.699	Valid
	Z5	0.623	Valid
Keputusan Berwirausaha (Y)	Y1	0.658	Valid
	Y2	0.717	Valid
	Y3	0.734	Valid
	Y4	0.753	Valid

Sumber: Data Diolah, 2023(Lampiran)

Dari tabel 4.11 diatas terlihat bahwa Dari Tabel di atas terlihat bahwa dari total empat belas (14) indikator dari tiga (3) variabel yaitu Variabel *Entrepreneurial Mindset (X)*, *Self Efficacy (Z)* Dan Keputusan Berwirausaha (Y) memiliki nilai korelasi antara 0.535 hingga 0.833. Dari besarnya korelasi terlihat bahwa seluruh nilai lebih besar dari 0.3, sehingga seluruh item pernyataan dinyatakan valid.

4.4.2 Uji Realibilitas

Uji *reliabilitas* digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Untuk mengukur *reliabilitas* dengan

menggunakan statistic *Cronbach Alpha* (α). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memiliki *Cronbach Alpha* lebih dari 0,6 ($> 0,6$). Hasil pengujian reliabilitas instrumen menggunakan alat bantu oleh statistik SPSS 23. Adapun hasil output dapat diketahui sebagaimana dalam tabel berikut :

Tabel 4.12

Hasil Uji Realibilitas

Variabel	Reliability Coefficients	Cronbach Alpha	Keterangan
<i>Entrepreneurial Mindset</i> (X1)	5 item	0.634	Realibel
<i>Self Efficacy</i> (Z)	5 item	0.726	Realibel
Keputusan Berwirausaha (Y)	4 item	0.710	Realibel

Sumber: Data diolah, 2023 (Lampiran)

Dari tabel 4.12 dapat diketahui bahwa semua variabel memiliki *Cronbach Alpha* lebih dari 0,6 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel diatas setelah di uji realibitas adalah *reliabel*.

4.5 Hasil Pengujian SEM

Terdapat beberapa pengujian asumsi yang dilakukan dalam SEM, yaitu *normalize*, *linieritas* dan *outlier*.

4.5.1 Normalitas

Asumsi normalitas *multivariate* diuji dengan bantuan *software* AMOS 24. Hasil pengujian diperoleh nilai *critical ratio* sebesar 29.579 dengan nilai kritis Zhitung untuk α 5% adalah sebesar 125.212. Karena nilai mutlak CR untuk

multivariate sebesar $29.579 < 125.212$. maka asumsi normalitas *multivariate* terpenuhi.

4.5.2 Outlier

Untuk menguji ada tidaknya outlier, dapat dilihat dengan *mahalanobis distance* (Md). *Mahalanobis distance* adalah suatu jarak yang mengukur jauh dekatnya titik pusat data “rata-rata” dengan masing-masing titik observasi. Dalam kasus ini titik observasi adalah nomor kuisioner dari responden. Pemeriksaan terhadap *outliers multivariat* dilakukan menggunakan kriteria *mahalanobis* pada tingkat $p < 0.001$. *Mahalanobis distance* dievaluasi menggunakan X^2 pada derajat bebas sebesar banyaknya parameter dalam model yang digunakan yaitu =100 dimana dari tabel *statistic* diperoleh $X^2_{100} : 33.704$ Kaidah pengambilan keputusan, jika Md dari titik observasi > 33.704 maka dikatakan bahwa titik observasi itu adalah *outlier*, sedangkan jika Md dari titik observasi < 33.704 maka dikatakan bahwa titik observasi itu bukan suatu *outlier*. Dari tabel *Mahalanobis distance* diuji dengan bantuan software AMOS 24 dapat dilihat bahwa titik observasi yang paling jauh adalah responden ke-76 dengan nilai Md = 51.464 Jika dibandingkan dengan nilai $X^2_{100} = 33.704$ maka nilai Md titik ke-76 = 51.464 > 33.704 maka disimpulkan bahwa semua titik observasi merupakan *outlier*.

4.5.3 Linieritas

Pengujian asumsi linieritas menggunakan metode *curve fit* yang dilakukan dengan software spss. Rujukan yang digunakan dalam penelitian ini adalah jika nilai Sig model linier < 0.05 maka asumsi linieritas terpenuhi (tantowi,2016:135),

hasil pengujian linieritas hubungan antar variabel baik yang secara langsung maupun secara tidak langsung ditampilkan dalam tabel 4.13 sebagai berikut:

Tabel 4.13
Hasil Pengujian Asumsi *Linearitas*

Hubungan antar variabel	Hasil Pengujian	Standar Pengujian	Keputusan
<i>Entrepreneurial Mindset</i> (X)→ Keputusan Berwirausaha (Y)	0.041	< 0.05	Linier
<i>Self Efficacy</i> (Z)→Keputusan Berwirausaha (Y)	0.004	<0.05	Linier
<i>Entrepreneurial Mindset</i> (X) → <i>Self Efficacy</i> (Z)	0.048	<0.05	Linier

Sumber: Data diolah (2023)

Dari data pada Tabel 4.13 diatas terlihat bahwa semua model yang terbentuk linier dan signifikan sehingga asumsi linieritas terpenuhi.

4.6 Goodness Of Fit Model

Model teoritis pada kerangka konseptual penelitian, dikatakan fit jika didukung oleh data empiris. Hasil pengujian *Goodness of fit overall model*, sesuai dengan hasil analisis SEM, guna mengetahui apakah model hipotetis didukung oleh data empirik diberikan pada Tabel 4.14 dibawah ini:

Tabel 4.14
Hasil Pengujian Goodness Of Fit Overall Model

Kriteria	<i>Cut of Value</i>	Hasil Model	Keterangan
Chi Kuadrat	≥ 0.05	75.002	Model Baik
P-Value	≥ 0.05	0.016	Model baik
GFI	≥ 0.90	0.910	Model baik
CMIN/DF	≤ 2.00	1.471	Model baik
AGFI	≥ 0.90	0.910	Model baik
TLI	≥ 0.95	0.867	Model tidak baik
CFI	≥ 0.95	0.925	Model tidak baik
RMSEA	≤ 0.08	0.069	Model baik

Sumber: Data penelitian diolah(2023)

Berdasarkan hasil pengujian *Goodness Of Fit Overall* berdasarkan Tabel 4.14 di atas, menurut Arbuckle dan Wothke, dalam Tegar (2020:76), kriteria terbaik yang digunakan sebagai indikasi kebaikan model adalah nilai *Chi Square/DF* yang kurang dari 2, dan RMSEA yang dibawah 0.008. Dari hasil analisis data pada tabel diatas, dapat dikatakan terdapat model baik pada *Chi Kuadrat* dan RMSEA.

4.7 Model Pengukuran (CFA)

Menurut Tontowi (2019), model pengukuran diukur dari nilai *loading factor (standardize coefficient)* pada setiap indikator ke variabel laten. Nilai *loading factor* menunjukkan bobot dari setiap indikator sebagai pengukur dari masing-masing variabel. Indikator dengan *loading factor* besar menunjukkan

bahwa indikator tersebut sebagai pengukur variabel yang terkuat (dominan).

Berdasarkan uraian di atas, secara keseluruhan disajikan sebagai:

Tabel 4.15
MODEL PENGUKURAN (CFA)

Variabel	Indikator	Loading Factor	P-Value	Keterangan
<i>Entrepreneurial Mindset</i>	X1 Berani mengambil resiko	0.57	***	Sig
	X2 Kreatif	0.55	0.021	Sig
	X3 Inovatif	0.48	0.025	Sig
	X4 <i>Action Oriented</i>	0.67	***	Sig
	X5 Sosialisasi	0.74	***	Sig
<i>Self Efficacy</i>	Z1 Yakin dapat menyelesaikan tugas tertentu	0.83	***	Sig
	Z2 Yakin dapat memotivasi diri untuk melakukan tindakan yang diperlukan untuk menyelesaikan tugas.	0.85	***	Sig
	Z3 Yakin bahwa diri mampu berusaha dengan keras, gigih, dan tekun.	0.34	***	Sig
	Z4 Yakin bahwa diri mampu bertahan menghadapi hambatan dan kesulitan.	0.64	***	Sig
	Z5 Yakin dapat menyelesaikan permasalahan diberbagai situasi	0.58	***	Sig
Keputusan Berwirausaha	Y1 Jiwa Kepemimpinan	0.54	***	Sig
	Y2 Berorientasi pada masa depan	0.67	***	Sig
	Y3 Ketertarikan menjadi wirausaha	0.50	***	Sig
	Y4 Memiliki tekad usaha	0.47	0.009	Sig

Sumber : Data penelitian diolah (2023)

1. *Entrepreneurial Mindset*

Dari Tabel di atas, diperoleh hasil *measurement model*. Pada variabel *Entrepreneurial Mindset* (X). Diukur oleh lima (5) indikator yaitu (X1), Berani mengambil resiko, (X2) Kreatif, (X3) Inovatif, (X4) *Action Oriented*, (X5) Sosialisasi. Semua indikator dari variabel ini memiliki nilai *P-value* <0.05 , sehingga dapat disimpulkan bahwa semua indikator ini signifikan mengukur variabel *Entrepreneurial mindset* (X). Nilai koefisien *standardize* berdasarkan data dalam tabel tersebut menunjukkan bahwa indikator terkuat membentuk variabel *Entrepreneurial Mindset* adalah Sosialisasi yaitu sebesar 0,74. Hal ini menunjukkan indikator Sosialisasi yang dipilih signifikan inilah dan yang dipandang paling berpengaruh terhadap pembentukan variabel *Entrepreneurial Mindset*.

2. *Self Efficacy*

Dari Tabel di atas, diperoleh hasil *measurement model* pada variabel *Self Efficacy* (Z). Diukur oleh lima (5) indikator yaitu (Z1) Yakin dapat menyelesaikan tugas tertentu, (Z2) Yakin dapat memotivasi diri untuk melakukan tindakan yang diperlukan untuk menyelesaikan tugas, Yakin bahwa diri mampu berusaha dengan keras, gigih, dan tekun (Z3), dan Yakin bahwa diri mampu bertahan menghadapi hambatan dan kesulitan (Z4), dan Yakin dapat menyelesaikan permasalahan diberbagai situasi (Z5). Semua indikator dari variabel ini memiliki nilai *P-value* <0.05 . sehingga dapat disimpulkan bahwa semua indikator ini signifikan mengukur variabel Konflik Peran Ganda. Nilai koefisien *standardize* berdasarkan data dalam tabel tersebut menunjukkan bahwa indikator terkuat yang

membentuk variabel *Self Efficacy* adalah Yakin dapat memotivasi diri untuk melakukan tindakan yang diperlukan untuk menyelesaikan tugas sebesar 0.85. Hal ini menunjukkan indikator tersebut dipandang paling berpengaruh terhadap pembentukan variabel *Self Efficacy*.

3. Keputusan Berwirausaha

Dari Tabel di atas diperoleh hasil *measurement model*. Pada variabel Konflik Keputusan Berwirausaha (Y). Diukur oleh empat (4) indikator yaitu (Y1) Jiwa Kepemimpinan, (Y2) Berorientasi pada masa depan, (Y3) Ketertarikan menjadi wirausaha, (Y4) Memiliki tekad usaha. Semua indikator dari variabel Keputusan Berwirausaha memiliki nilai *P-value* <0.05 , sehingga dapat disimpulkan bahwa semua indikator ini signifikan mengukur variabel Keputusan Berwirausaha (Y). Nilai *standardize* berdasarkan data dalam tabel tersebut menunjukkan bahwa indikator terkuat yang membentuk variabel Keputusan Berwirausaha adalah Berorientasi pada masa depan sebesar ebesar 0,67. Hal ini menunjukkan indikator tersebut dipilih signifikan inilah dan yang dipandang paling berpengaruh terhadap pembentukan variabel Keputusan Berwirausaha.

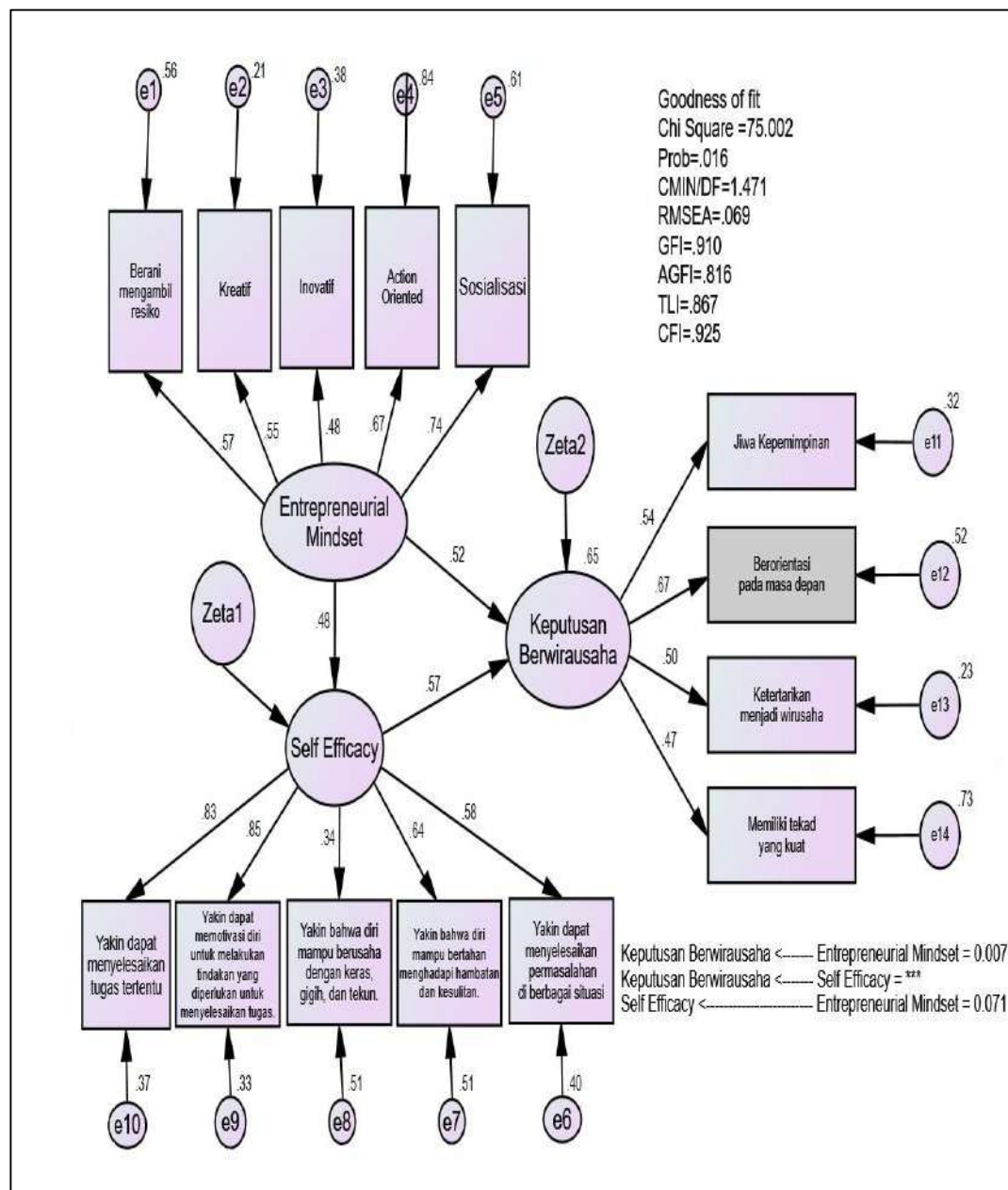
4.8 Model Struktural

Dalam model struktural ini, diuji tiga hipotesis hubungan antar variabel (pengaruh langsung). Berikut disajikan secara lengkap hasil pengujian hubungan antar variabel penelitian sebagai berikut:

Gambar 4. 8

Hasil Pengukuran Dengan Model SEM

“Pengaruh *Entrepreneurial Mindset* terhadap Keputusan Berwirausaha pada Generasi z di Tanjung Selor melalui *Self Efficacy*.”



Sumber: Data penelitian diolah (2023)

Tabel 4.16
Hasil Analisis Jalur Pengaruh Langsung

NO	Hubungan Antar Variabel	Koefisien	P-Value	Keterangan
1.	<i>Entrepreneurial mindset</i> → Keputusan Berwirausaha	0.52	0.007	Positif Signifikan
2.	<i>Self Efficacy</i> → Keputusan Berwirausaha	0.57	***	Positif Signifikan
3.	<i>Entrepreneurial Mindset</i> → <i>Self Efficacy</i>	0.48	0.071	Positif Tidak Signifikan

Sumber : Data diolah (2023)

Keterangan : Tanda * menyatakan signifikan pada tingkat 5%.

Berdasarkan atas Tabel di atas, maka hasil pengujian model struktural disajikan adalah sebagai berikut :

1. *Entrepreneurial Mindset* berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Berwirausaha. Hal ini terlihat dari *p-value* sebesar $0.007 < (0.05)$ dan dengan nilai koefisien 0.52 atau 52%. Karena koefisien bertanda positif mengindikasikan hubungan keduanya searah. Artinya semakin kuat *entrepreneurial mindset* maka semakin meningkat pula terhadap Keputusan Berwirausaha.
2. *Self Efficacy* berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Berwirausaha. Hal ini terlihat dari *p-value* sebesar 0,000 dan dengan nilai koefisien 0.57 atau 57%. Karena koefisien bertanda positif mengindikasikan hubungan keduanya searah. Artinya semakin tinggi *Self Efficacy* maka semakin tinggi pula keputusan untuk berwirausaha.

3. *Entrepreneurial Mindset* berpengaruh positif tidak signifikan terhadap *Self Efficacy*. Hal ini terlihat dari *p-value* sebesar 0.071 dan dengan nilai koefisien 0.48 atau 48%. Walaupun koefisien bertanda positif yang mengindikasikan hubungan keduanya searah. Namun *Entrepreneurial mindset* sangat kecil berpengaruh terhadap *Self Efficacy*.

Selain pengaruh langsung, didalam SEM juga dikenal pengaruh tidak langsung (*indirect effect*). Pengaruh tidak langsung dinyatakan signifikan jika kedua pengaruh langsung yang membentuknya adalah signifikan. Berikut disajikan hasil pengaruh tidak langsung sebagai tabel 4.15 berikut ini:

Tabel 4.17

Modal Struktural Hasil SEM : Pengaruh Tidak Langsung

Pengaruh tidak langsung	Koefisien pengaruh langsung	Koefisien pengaruh langsung	Koefisien pengaruh tidak langsung	Keterangan
$X \rightarrow Z \rightarrow Y$	$X \rightarrow Z = 0.48$	$Z \rightarrow Y = 0.57$	0.273	Positif Tidak Signifikan

Sumber : Data penelitian diolah (2023)

Berdasarkan atas Tabel di atas, maka hasil pengujian analisi jalur disajikan sebagai berikut :

1. Pengaruh tidak langsung antara *Entrepreneurial Mindset* (X) terhadap Keputusan Berwirausaha (Y) melalui *Self Efficacy* (Z), diperoleh koefisien pengaruh tidak langsung sebesar 0.273. Karena Pengaruh langsung (*Entrepreneurial Mindset* ke *Self Efficacy*) tidak signifikan, walaupun pengaruh langsung (*Self Efficacy* ke Keputusan Berwirausaha) Signifikan, tetap saja

pengaruh tidak langsung (*Entrepreneurial Mindset* terhadap Keputusan Berwirausaha melalui *Self Efficacy*) tidak signifikan. Maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh signifikan

4.9 Pengujian Hipotesis

4.9.1 Pengaruh Signifikan antara *Entrepreneurial Mindset* dan Keputusan Berwirausaha.

Berdasarkan hasil analisis, koefisien hubungan antara *Entrepreneurial Mindset* (X) dengan Keputusan Berwirausaha (Y) adalah sebesar 0.52 atau sebesar 52% dengan *PValue* sebesar 0.007. Karena nilai *P-Value* < 0.05 mengindikasikan bahwa *Entrepreneurial Mindset* berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Berwirausaha.

Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini yaitu *Entrepreneurial Mindset* (X) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berwirausaha (Y) atau H1 diterima.

4.9.2 Pengaruh Signifikan antara *Self Efficacy* Terhadap Keputusan Berwirausaha.

Berdasarkan hasil analisis, koefisien hubungan antara *Self Efficacy* (Z) dengan Keputusan Berwirausaha (Y) adalah sebesar 0.57 dengan *P-Value* sebesar 0.000. Karena nilai *P-Value* < 0.05 mengindikasikan bahwa *Self Efficacy* berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Berwirausaha.

Berdasarkan uraian di atas, maka yang diajukan dalam penelitian ini yaitu *Self Efficacy* (Z) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berwirausaha (Y) atau H2 diterima.

4.9.3 Pengaruh Signifikan antara *Entrepreneurial Mindset* Terhadap *Self Efficacy*.

Berdasarkan hasil analisis, koefisien hubungan antara *Entrepreneurial Mindset* (X) dengan *Self Efficacy* (Y) adalah sebesar 0.66 dengan *P-Value* sebesar 0.071, Karena nilai *P-Value* > 0.05 mengindikasikan bahwa *Entrepreneurial Mindset* berpengaruh positif tidak signifikan terhadap *Self Efficacy*.

Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini yaitu *Entrepreneurial Mindset* (X) berpengaruh positif signifikan terhadap *Self Efficacy* (Z) atau H3 ditolak.

4.10 Pembahasan

4.10.1 Semakin Baik *Entrepreneurial Mindset* Maka Akan Semakin Tinggi Keputusan Berwirausaha

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis antara *Entrepreneurial Mindset* (X) terhadap Keputusan Berwirausaha (Y) dapat dijelaskan seperti berikut: berdasarkan hasil analisis koefisien hubungan antara *Entrepreneurial Mindset* (X) dengan Keputusan Berwirausaha (Y) adalah sebesar 0.52 atau sebesar 52% dengan *p-value* sebesar 0.007 Karena nilai *p-value* < 0.05 mengindikasikan bahwa *Entrepreneurial Mindset* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berwirausaha sebesar 52%.

Berdasarkan atas model pengukuran dalam SEM memperlihatkan bahwa *Entrepreneurial mindset* diukur oleh lima indikator yaitu : Berani mengambil resiko, Kreatif, Inovatif, *Action Oriented*, dan Sosialisasi. Nilai/bobot tertinggi dari indikator tersebut adalah Sosialisasi (0.74) selanjutnya *Action Oriented* (0.67), Inovatif (0.57), Kreatif (0.55) dan yang nilai bobotnya terkecil adalah Inovatif yaitu sebesar (0.48), jadi indikator sosialisasi lah yang paling utama sebagai pengukur variabel *Entrepreneurial Mindset*. Hal ini mengindikasikan bahwa tingginya nilai *Entrepreneurial Mindset* utamanya akan dilihat pada indikator sosialisasi.

Berdasarkan atas model pengukuran dalam SEM memperlihatkan bahwa Keputusan Berwirausaha diukur oleh empat indikator yaitu Jiwa kepemimpinan, Berorientasi pada masa depan, Memiliki ketertarikan menjadi wirausaha. Nilai/bobot tertinggi dari indikator tersebut adalah Berorientasi pada masa depan sebesar (0.67), selanjutnya Jiwa kepemimpinan (0.54), memiliki ketertarikan menjadi wirausaha sebesar (0.50), dan indikator dengan nilai/bobot terendah Memiliki tekad usaha sebesar (0.47), Jadi indikator Berorientasi pada masa depan lah yang paling utama sebagai pengukur variabel Keputusan Berwirausaha. Hal ini mengindikasikan bahwa tingginya nilai Keputusan Berwirausaha utamanya akan dilihat pada indikator berorientasi pada masa depan.

Dari analisis menyatakan bahwa semakin baik *Entrepreneurial Mindset* akan berpengaruh positif dan semakin baik pula Keputusan Berwirausaha. Hal ini memperlihatkan bahwa jika terjadi perbaikan pada *Entrepreneurial Mindset* yang utamanya terlihat dari tingginya Sosialisai, akan mengakibatkan tingginya

Keputusan Berwirausaha yang akan diperoleh, yang utamanya terlihat dari tingginya indikator Berorientasi pada masa depan.

4.10.2 Semakin Baik *Self Efficacy* akan semakin tinggi Keputusan Berwirausaha

Pengujian hipotesis antara hubungan *Self Efficacy* (Z) terhadap Keputusan Berwirausaha (Y) adalah seperti berikut; Berdasarkan hasil analisis, koefisien hubungan antara *Self Efficacy* (Z) dengan Keputusan Berwirausaha (Y) adalah sebesar 0,57 atau sebesar 57% dengan *P-value* sebesar 0.000. Karena nilai *P-value* <0.05 mengindikasikan bahwa *Self Efficacy* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berwirausaha sebesar 57%. Karena koefisien bertanda positif mengindikasikan hubungan searah. Artinya semakin baik *Self Efficacy* maka Keputusan Berwirausaha semakin baik.

Berdasarkan atas model pengukuran dalam SEM memperlihatkan bahwa *Self Efficacy* diukur oleh lima indikator yaitu: Yakin dapat menyelesaikan tugas tertentu, Yakin dapat memotivasi diri untuk melakukan tindakan yang diperlukan untuk menyelesaikan tugas, Yakin bahwa diri mampu berusaha dengan keras gigih, dan tekun. Yakin bahwa diri mampu bertahan menghadapi hambatan dan kesulitan, dan Yakin dapat menyelesaikan permasalahan di berbagai situasi. Indikator dengan nilai/bobot tertinggi adalah yaitu Yakin dapat memotivasi diri untuk melakukan tindakan yang diperlukan untuk menyelesaikan tugas (0.85), Yakin dapat menyelesaikan tugas tertentu (0.83), Yakin bahwa diri mampu bertahan menghadapi hambatan dan kesulitan (0.64), Yakin dapat menyelesaikan

permasalahan diberbagai situasi (0.58), dan indikator dengan nilai/bobot terkecil yaitu Yakin bahwa diri mampu berusaha dengan keras gigih, dan tekun sebesar (0.34). Hal ini mengindikasikan bahwa tingginya nilai *Self Efficacy* dilihat pada indikator Yakin dapat memotivasi diri untuk melakukan tindakan yang diperlukan untuk menyelesaikan tugas.

Berdasarkan atas model pengukuran dalam SEM memperlihatkan bahwa Keputusan Berwirausaha diukur oleh empat indikator yaitu Jiwa kepemimpinan, Berorientasi pada masa depan, Memiliki ketertarikan menjadi wirausaha. Nilai/bobot tertinggi dari indikator tersebut adalah Berorientasi pada masa depan sebesar (0.67), selanjutnya Jiwa kepemimpinan (0.54), memiliki ketertarikan menjadi wirausaha sebesar (0.50), dan indikator dengan nilai/bobot terendah Memiliki tekad usaha sebesar (0.47), Jadi indikator Berorientasi pada masa depan lah yang paling utama sebagai pengukur variabel Keputusan Berwirausaha. Hal ini mengindikasikan bahwa tingginya nilai Keputusan Berwirausaha utamanya akan dilihat pada indikator Berorientasi pada masa depan.

Dari analisis menyatakan bahwa semakin baik *Self Efficacy* akan berpengaruh positif pada semakin tinggi pula Keputusan Berwirausaha. Hal ini memperlihatkan bahwa jika terjadi perbaikan pada *Self Efficacy* yang utamanya terlihat dari tingginya indikator Yakin dapat memotivasi diri untuk melakukan tindakan yang diperlukan untuk menyelesaikan tugas, akan mengakibatkan tingginya Keputusan Berwirausaha yang utamanya dilihat dari indikator Berorientasi pada masa depan.

4.10.3 Semakin Baik *Entrepreneurial Mindset* maka akan semakin tinggi *Self Efficacy*.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis antara *Entrepreneurial Mindset* (X1) terhadap *Self Efficacy* (Y1) dapat dijelaskan seperti berikut: berdasarkan hasil analisis koefisien hubungan antara *Entrepreneurial Mindset* (X) dengan *Self Efficacy* (Y1) adalah sebesar 0.48 atau sebesar 48% dengan *p-value* sebesar 0.071. Karena nilai *P-Value* >0.05 mengindikasikan bahwa *Entrepreneurial Mindset* berpengaruh positif tidak signifikan terhadap *Self Efficacy* sebesar 48%.

Berdasarkan atas model pengukuran dalam SEM memperlihatkan bahwa *Entrepreneurial mindset* diukur oleh lima indikator yaitu : Berani mengambil resiko, Kreatif, Inovatif, *Action Oriented*, dan Sosialisasi. Nilai/bobot tertinggi dari indikator tersebut adalah Sosialisasi (0.74) selanjutnya *Action Oriented* (0.67), Inovatif (0.57), Kreatif (0.55) dan yang nilai bobotnya terkecil adalah Inovatif yaitu sebesar (0.48), jadi indikator sosialisasi lah yang paling utama sebagai pengukur variabel *Entrepreneurial Mindset*. Hal ini mengindikasikan bahwa tingginya nilai *Entrepreneurial Mindset* utamanya akan dilihat pada indikator sosialisasi.

Berdasarkan atas model pengukuran dalam SEM memperlihatkan bahwa *Self Efficacy* diukur oleh lima indikator yaitu: Yakin dapat menyelesaikan tugas tertentu, Yakin dapat memotivasi diri untuk melakukan tindakan yang diperlukan untuk menyelesaikan tugas, Yakin bahwa diri mampu berusaha dengan keras gigih, dan tekun. Yakin bahwa diri mampu bertahan menghadapi hambatan dan kesulitan, dan Yakin dapat menyelesaikan permasalahan di berbagai situasi.

Indikator dengan nilai/bobot tertinggi adalah yaitu Yakin dapat memotivasi diri untuk melakukan tindakan yang diperlukan untuk menyelesaikan tugas (0.85), Yakin dapat menyelesaikan tugas tertentu (0.83), Yakin bahwa diri mampu bertahan menghadapi hambatan dan kesulitan (0.64), Yakin dapat menyelesaikan permasalahan diberbagai situasi (0.58), dan indikator dengan nilai/bobot terkecil yaitu Yakin bahwa diri mampu berusaha dengan keras gigih, dan tekun sebesar (0.34). Hal ini mengindikasikan bahwa tingginya nilai *Self Efficacy* dilihat pada indikator Yakin dapat memotivasi diri untuk melakukan tindakan yang diperlukan untuk menyelesaikan tugas.

Dari Hasil analisis tersebut menyatakan bahwa semakin baik *Entrepreneurial Mindset* tidak akan berpengaruh signifikan terhadap *Self Efficacy*. Hal ini memperlihatkan bahwa terjadi perbaikan pada *Entrepreneurial Mindset* yang terjadi pada indikator Berorientasi pada masa depan, akan berpengaruh sangat kecil bahkan tidak ada terhadap *Self Efficacy* yang utamanya terlihat dari indikator Yakin dapat memotivasi diri untuk melakukan tindakan yang diperlukan untuk menyelesaikan tugas.

4.11 Koefisien Determinasi

Berdasarkan dari hasil analisis SEM juga dapat disimpulkan bahwa, variabel Keputusan Berwirausaha dipengaruhi oleh *Entrepreneurial Mindset*, dan *Self Efficacy* sebesar 0.65 atau 65%. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh *Entrepreneurial Mindset* dan *Self Efficacy* terhadap Keputusan Berwirusaha pada Generasi z di Tanjung Selor diperoleh sebagai berikut:

1. *Entrepreneurial mindset* berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Berwirusaha dengan nilai *P-value* 0.007 dengan nilai koefisien sebesar 52%. Artinya semakin baik *Entrepreneurial mindset* maka semakin tinggi pula Keputusan Berwirusaha. Hal ini memperlihatkan bahwa jika terjadi perbaikan pada *Entrepreneurial Mindset* yang utamanya terlihat dari tingginya Sosialisai, akan mengakibatkan tingginya Keputusan Berwirusaha yang akan diperoleh, yang utamanya terlihat dari tingginya indikator Berorientasi pada masa depan.
2. *Self Efficacy* berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Berwirusaha dengan nilai *p-value* 0.000 dengan nilai koefisien sebesar 57%. Artinya semakin baik *Self Efficacy* maka semakin tinggi pula Keputusan Berwirusaha. Hal ini memperlihatkan bahwa jika terjadi perbaikan pada *Self Efficacy* yang utamanya terlihat dari tingginya indikator Yakin bahwa diri mampu bertahan menghadapi hambatan dan kesulitan tersebut, akan mengakibatkan tingginya Keputusan Berwirusaha yang utamanya dilihat dari indikator Berorientasi pada masa depan.

3. *Entrepreneurial Mindset* berpengaruh positif tidak signifikan terhadap *Self Efficacy* dengan nilai p-value 0.071 dengan nilai koefisien sebesar 48%. Walaupun hubungannya positif atau searah namun pengaruh *Entrepreneurial Mindset* sangat kecil bahkan tidak ada terhadap *Self Efficacy*. tidak akan berpengaruh signifikan terhadap *Self Efficacy*. Hal ini memperlihatkan bahwa terjadi perbaikan pada *Entrepreneurial Mindset* yang terjadi pada indikator Berorientasi pada masa depan, akan berpengaruh sangat kecil bahkan tidak ada terhadap *Self Efficacy* yang utamanya terlihat dari indikator Yakin bahwa diri mampu bertahan menghadapi hambatan dan kesulitan.
4. Disamping 3 kesimpulan diatas, berdasarkan hasil olah data dalam penelitian ini juga diperoleh kesimpulan bahwa, *Entrepreneurial Mindset* dan *Self Efficacy* mempengaruhi variasi data pada Keputusan Berwirausaha sebesar 0.65 atau 65% selebihnya dipengaruhi oleh faktor lain diluar dari penelitian ini.

5.2. Saran

Berdasarkan seluruh pembahasan dan hasil kesimpulan dalam penelitian ini, maka dapat diajukan saran-saran seperti berikut :

1. Bagi Generasi z

Keputusan Berwirausaha akan semakin tinggi jika memperbaiki atau meningkatkan *Entrepreneurial Mindset* dan *Self Efficacy*. Keduanya sangat penting untuk dibentuk dan di kuatkan dalam diri Generasi Z, dikarenakan dengan memperkuat *entrepreneurial mindset* dan *self efficacy*, dapat membantu Generasi Z agar lebih berani mengambil resiko, berinovasi

mengembangkan ide-ide baru dalam usaha, dan tidak takut akan kegagalan. Sehingga nantinya dapat semakin meningkatkan keputusan berwirausaha dalam diri Generasi Z.

2. Bagi Universitas

Dikarenakan lemahnya pengetahuan tentang bagaimana cara meningkatkan *Entrepreneurial Mindset* dan *Self Efficacy* dalam diri mahasiswa, diharapkan melalui proses pembelajaran mata kuliah Kewirausahaan dengan lebih banyak terjun ke lapangan tentang belajar bagaimana cara berwirausaha dengan baik dengan segala kelebihan jika nantinya memutuskan berwirausaha. Dengan begitu diharapkan mahasiswa dapat meningkatkan *Entrepreneurial Mindset* dan *Self Efficacy* sehingga keputusan berwirausaha dalam diri mahasiswa semakin meningkat.

3. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini belum memberikan hasil yang maksimal dan diharapkan pada penelitian selanjutnya dapat memberikan hasil yang lebih baik dengan meneliti variabel-variabel selain *Entrepreneurial Mindset* dan *Self Efficacy* terhadap Keputusan Berwirausaha dengan data-data terbaru. Sehubungan dengan isu yang sedang berkembang. Selain itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk meneliti objek penelitian lain selain Generasi z. Dengan mengambil objek penelitian lain maka permasalahan yang dialami dalam pengaruh *Entrepreneurial Mindset* terhadap Keputusan Berwirausaha melalui *Self Efficacy* tersebut tentu berbeda. Ruang lingkup penelitian yang akan datang juga disarankan untuk mencari ruang lingkup yang lebih luas

dari populasi dalam penelitian ini. Sehingga sampel yang digunakan dapat lebih banyak sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih spesifik *Entrepreneurial Mindset* terhadap Keputusan Berwirausaha melalui *Self Efficacy*.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W. dan Jogiyanto. (2015). *Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Azizah, L. (2018). Pengaruh Entrepreneurial Mindset Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Keputusan Berwirausaha dengan Self Efficacy sebagai variabel modern pada UMKM di Kota dan Kabupaten Magelang). *Magelang. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Magelang*.
- Badan Pusat Statistik. (2023). Keadaan Ketenagakerjaan Indonesia Agustus 2022. *Berita Resmi Statistik, 40, 23*.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Bulungan. (2023). Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) Kabupaten Bulungan Tahun 2022. *Berita Resmi Statistik*.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Bulungan. (2023). Kependudukan. *Berita Resmi Statistik*.
- Bandura, A. (2006). *Article of guide for Contructing Self Efficacy Scales*. By Information Age Publishing.
- Budianto, Alexius Endy. (2022). *Entrepreneurial Mindset*. MNC Publishing.
- Dhliwayo, S., & Van Vuuren, J. J. (2007). The strategic entrepreneurial thinking imperative. *Acta Commercii, 7(1)*.
- Fahmi, Irham. (2016). Kewirausahaan: Teori, Kasus dan Solusi. *Bandung. Alfabeta*.

- Fauzi, A., & Setyawan, I. (2018). Mindset Kewirausahaan Mahasiswa Bisnis dan Non-Bisnis. *Cakrawala Management Business Journal*, 1(1), 134. <https://doi.org/10.30862/cm-bj.v1i1.>
- Hayati, Rohli. (2022) Pengaruh Self Efficacy dan entrepreneurial education dalam pengambilan keputusan berwirausaha pada mahasiswa akuntansi universitas dharma andalas. *Hirarki: Jurnal Ilmiah Mnajemen dan Bisnis Vol.4*.
- Irsyada, Rahmat, Ahmad Dardiri, and R Machmud Sugandi. (2018). Kontribusi Minat Berwirausaha Dan Self Efficacy Terhadap Kesiapan Berwirausaha Di Era Revolusi Industri 4 . 0 Mahasiswa Teknik Informatika Se-Malang, *Jurnal Pendidikan: Teori, Penelitian Dan Pengembangan*, 945–54.
- Juliansyah Noor. (2017). *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi Dan Karya Ilmiah*. (Jakarta: Kencana, 2017)
- Maulana, Nandi Ilham. (2022). Pengaruh Entrepreneurial Mindset Terhadap Keputusan Berwirausaha Pada Generasi Z di Bandung. *Bandung. Universitas Pendidikan Indonesia*.
- Muttaqiyathun, A. & Nurmaya, E. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Berwirausaha pada Generasi Z. *Semarang. Universitas Muhammadiyah Semarang*.
- Nurcahyono, J., Isharijadi, & Sulisyowati, N. W. (2021). Keputusan Berwirausaha Alumni Pendidikan Akuntansi Unipma Dipengaruhi Pengetahuan Akuntansi Dan Jiwa Kewirausahaan. *Akuntansi Multiparadigma*.
- Noviantoro, G., & Rahmawati, D. (2017). Effect of Entrepreneurship Knowledge, Entrepreneurial Motivation, and Family Environment for Interest in Entrepreneurship on Accounting Student of Economics Faculty of Yogyakarta State University. *Jurnal Fakultas Ekonomi*, 2(1), 1–10.

- Obed, Ruth, A., Jaja, S. A. & Ukoha, O. (2018). Entrepreneurial Mindset and Human Capacity Building of Small and Medium Scale Firms in Port Harcourt. *International Journal of Advanced Academic Research* , 68-87.
- Puspitaningsih, F. (2014). Pengaruh Efikasi Diri Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Melalui Motivasi. *Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 2(2), 224–236.
- Rizki, Muhammad. (2022). Pengaruh Entrepreneurial Mindset Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Keputusan Berwirausaha (survey pada mahasiswa jurusan pendidikan ekonomi angkatan 2018 universitas siliwangi). *Siliwangi. Fakultas Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwangi*.
- Sugiyono, (2018). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sulistyowati, M., & Widyastuti, I. (2017). Model Konseptual Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Berwirausaha (Pendekatan Role Model Theory). *Ekonomi Dan Perbankan*, 2(1), 25–38.
- Suryana. (2013). Kewirausahaan: Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses. *Jakarta. Salemba Empat*.
- Susan, E. (2019). Manajemen sumber daya manusia. *Adaara: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 9(2), 952-962.
- Teguh, Ambar dan Rosidah. 2013. *Manajemen Sumber Daya Manusia* Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tantowi, A. J. (2016). *Buku Ajar Penelitian Kuantitatif*. Penerbit: Lembaga Penelitian & Pengabdian Pada Masyarakat (Lppm) Universitas Kaltara.Tanjung Selor.
- Tontowi, A. J. (2016). *Materi (Hand Out) Mentoring Penelitian*. Lppm Universitas Kaltara.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Instrumen Penelitian (Angket)

LEMBAR KUESIONER
PENGARUH *ENTREPRENEURIAL MINDSET* TERHADAP KEPUTUSAN
BERWIRAUSAHA GENERASI Z DI TANJUNG SELOR
MELALUI *SELF EFFICACY*

Responden yang terhormat, Saya memohon kesediaan dari Saudara/I untuk mengisi kuesioner penelitian ini. Informasi yang diperoleh dari hasil pengisian kuesioner ini akan digunakan sebagai data penyusunan skripsi. Saya akan menjaga kerahasiaan informasi yang Saudara/i berikan. Atas kesediaan Saudara/I meluangkan waktu dalam pengisian kuesioner ini, maka saya ucapkan terima kasih.

I. Identitas Responden:

- a. Nama :
- b. Jenis Kelamin : ☐ Laki-Laki ☐ Perempuan
- c. Usia : ☐ 18-20 ☐ 21-24
- d. Pendidikan terakhir : ☐ SMA ☐ SARJANA
- e. Jurusan :
- f. Tahun Lulus :
- g. Jenis Usaha :

II. Petunjuk Pengisian

Beri tanda check list (✓) pada salah satu jawaban yang paling sesuai dengan pendapat Saudara.

Kriteria Penilaian:

NO	PERNYATAAN	SKOR
1.	SANGAT TIDAK SETUJU	1
2.	TIDAK SETUJU	2
3.	NETRAL	3
4.	SETUJU	4
5.	SANGAT SETUJU	5

1. Variabel Penelitian						
No	Penyataan	STS=1	TS=2	N=3	S=4	SS=5
<i>Entrepreneurial Mindset</i>						
1.	Saya memiliki keberanian untuk mengambil resiko dalam berwirausaha					
2.	Saya cenderung kreatif dan menciptakan hal-hal baru					
3.	Saya selalu berinovasi dan mengidentifikasi peluang bisnis berdasarkan kebutuhan konsumen					
4.	Saya selalu optimis dan tidak pernah melewatkan kesempatan					

5.	Saya memiliki kemampuan bersosialisasi yang baik agar memudahkan saya memperluas relasi					
<i>Self Efficacy</i>						
6.	Saya yakin dan mampu dapat menyelesaikan pekerjaan dengan baik					
7.	Dengan kemampuan yang saya miliki, saya semakin percaya diri dalam menyelesaikan pekerjaan					
8.	Saya tidak mudah menyerah dengan berbagai masalah yang kemungkinan datang					
9.	Yakin mampu bertahan mengatasi berbagai hambatan dan kesulitan					
10.	Saya yakin dapat menyelesaikan permasalahan diberbagai situasi					
<i>Keputusan Berwirausaha</i>						
11.	Saya memutuskan berwirausaha karena memiliki jiwa kepemimpinan yang tinggi dan mampu mengarahkan usaha yang saya miliki agar berpeluang sukses					
12.	Saya memutuskan berwirausaha untuk masa depan yang lebih baik					
13.	Saya memutuskan berwirausaha karena memiliki ketertarikan terhadap bisnis					

14.	Saya memutuskan berwirausaha dikarenakan memiliki tekad yang kuat agar dapat menciptakan lapangan kerja baru bagi diri sendiri dan orang lain					
-----	---	--	--	--	--	--

Lampiran 2 : Uji Instrumen Penelitian

Uji Validitas

1. Variabel *Entrepreneurial Mindset*

CORRELATIONS

/VARIABLES=X1 X2 X3 X4 X5 TTLX /PRINT=TWOTAIL NOSIG
/MISSING=PAIRWISE.

Correlations

	X1	X2	X3	X4	X5	TTLX
X1	1	.069	.116		.315**	.535**
Pearson Correlation				.231*		
Sig. (2-tailed)		.498	.249	.021	.001	.000
N	100	100	100	100	100	100
X2	.069	1	.413**		.254*	.618**
Pearson Correlation				.238*		
Sig. (2-tailed)	.498		.000	.017	.011	.000
N	100	100	100	100	100	100
X3	.116	.413**	1		.255*	.609**
Pearson Correlation				.133		
Sig. (2-tailed)	.249	.000		.187	.010	.000
N	100	100	100	100	100	100
X4	.231*	.238*	.133	1	.545**	.680**
Pearson Correlation					.000	.000
Sig. (2-tailed)	.021		.187			
N	100	.017 100	100	100	100	100

X5		.315**	.254*	.255*		1	.742**
	Pearson Correlation				.545**		
	Sig. (2-tailed)	.001	.011	.010	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
TTLX		.535**	.618**	.609**		.742**	1
	Pearson Correlation				.680**		
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

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

2. Variabel *Self Efficacy*

CORRELATIONS

/VARIABLES=Z1 Z2 Z3 Z4 Z5 TTLZ /PRINT=TWOTAIL NOSIG
/MISSING=PAIRWISE.

Correlations

	Z1	Z2	Z3	Z4	Z5	TTLZ
Z1	1	.360**	.410**	.244*	.493**	.678**
	Pearson Correlation					
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.014	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Z2	.360**	1	.281**	.665**	.410**	.833**
	Pearson Correlation					
	Sig. (2-tailed)	.000	.005	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Z3	.410**	.281**	1	.268**	.260**	.610**
	Pearson Correlation					
	Sig. (2-tailed)	.000	.005	.007	.009	.000
	N	100	100	100	100	100
Z4	.244*	.665**	.268**	1	.086	.699**
	Pearson Correlation					
	Sig. (2-tailed)	.014	.000	.007	.393	.000
	N	100	100	100	100	100

Z5		.493**	.410**	.260**	.086	1	.623**
	Pearson Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.009	.393		.000
	N	100	100	100	100	100	100
TTLZ		.678**	.833**	.610**	.699**	.623**	1
	Pearson Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

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

3. Keputusan Berwirausaha

CORRELATIONS

```

/VARIABLES=Y1 Y2 Y3 Y4 TTLZ  /PRINT=TWOTAIL NOSIG
/MISSING=PAIRWISE.

```

Correlations

	Y1	Y2	Y3	Y4	TTLZ
Y1	1	.268**	.276**	.519**	.658**
	Pearson Correlation				
	Sig. (2-tailed)	.007	.005	.000	.000
	N	100	100	100	100
Y2	.268**	1	.437**	.345**	.717**
	Pearson Correlation				
	Sig. (2-tailed)	.007	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
Y3	.276**	.437**	1	.283**	.734**
	Pearson Correlation				
	Sig. (2-tailed)	.005	.000	.004	.000
	N	100	100	100	100
Y4	.519**	.345**	.283**	1	.753**
	Pearson Correlation				
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.004	.000
	N	100	100	100	100

TTLY	.658**	.717**	.734**	.753**	1
Pearson Correlation	.000	.000	.000	.000	
Sig. (2-tailed)					
N	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed). * . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Uji Realibilitas

1. Variabel *Entrepreneurial Mindset*

RELIABILITY

/VARIABLES=X1 X2 X3 X4 X5

/SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA.

Case Processing Summary

	N	%
Cases	100	100.0
Valid	0	.0
Excluded ^a		
Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.634	5

2. Variabel *Self Efficacy*

RELIABILITY

/VARIABLES=Z1 Z2 Z3 Z4 Z5

/SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA.

Case Processing Summary

	N	%
Cases	100	100.0
Valid	0	.0
Excluded ^a		
Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.726	5

3. Variabel Keputusan Berwirausaha

RELIABILITY

/VARIABLES=Y1 Y2 Y3 Y4

/SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA.

Case Processing Summary

	N	%
Cases	100	100.0
Valid	0	.0
Excluded ^a		
Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.710	4

Lampiran 2 : Deskripsi Variabel Penelitian

1. Variabel *Entreprenenurial Mindset*

Lampiran 3 : Deskripsi Variabel Penelitian

1. Variabel
Entreprenenurial Mindset

Frequencies

X1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	8	8.0	8.0	8.0
1.00	3	3.0	3.0	11.0
2.00	38	38.0	38.0	49.0
4.00	51	51.0	51.0	100.0
5.00				
Total	100	100.0	100.0	

X2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	10	10.0	10.0	10.0
1.00	3	3.0	3.0	13.0
2.00	48	48.0	48.0	61.0
4.00	39	39.0	39.0	100.0
5.00				
Total	100	100.0	100.0	

X3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	11	11.0	11.0	11.0
1.00	3	3.0	3.0	14.0
2.00	48	48.0	48.0	62.0
4.00	38	38.0	38.0	100.0
5.00	38	38.0	38.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

X4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid		10.0	10.0	10.0
1.00	10	8.0	8.0	18.0
2.00	8	50.0	50.0	68.0
4.00	50	32.0	32.0	100.0
5.00	32	32.0	32.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

X5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid		9.0	9.0	9.0
1.00	9	4.0	4.0	13.0
2.00	4	51.0	51.0	64.0
4.00	51	36.0	36.0	100.0
5.00	36	36.0	36.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

2. *Vaiabel Self Efficacy***Z1**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2.0	2.0	2.0
1.00	2	2.0	2.0	4.0
2.00	48	48.0	48.0	52.0
4.00	48	48.0	48.0	100.0
5.00	48	48.0	48.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Z2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	10	10.0	10.0	10.0
1.00	1	1.0	1.0	11.0
2.00	44	44.0	44.0	55.0
4.00	45	45.0	45.0	100.0
5.00	45	45.0	45.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Z3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	6	6.0	6.0	6.0
1.00	1	1.0	1.0	7.0
2.00	48	48.0	48.0	55.0
4.00	45	45.0	45.0	100.0
5.00	45	45.0	45.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Z4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	9	9.0	9.0	9.0
1.00	7	7.0	7.0	16.0
2.00	51	51.0	51.0	67.0
4.00	33	33.0	33.0	100.0
5.00				
Total	100	100.0	100.0	

Z5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	3.0	3.0	3.0
1.00	2	2.0	2.0	5.0
2.00	38	38.0	38.0	43.0
4.00	57	57.0	57.0	100.0
5.00				
Total	100	100.0	100.0	

3. Variabel Keputusan Berwirausaha

Y1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	5	5.0	5.0	5.0
1.00	5	5.0	5.0	10.0
2.00	36	36.0	36.0	46.0
4.00	54	54.0	54.0	100.0
5.00				
Total	100	100.0	100.0	

Y2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	7	7.0	7.0	7.0
1.00	2	2.0	2.0	9.0
2.00	42	42.0	42.0	51.0
4.00	49	49.0	49.0	100.0
5.00				
Total	100	100.0	100.0	

Y3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	12	12.0	12.0	12.0
1.00	6	6.0	6.0	18.0
2.00	41	41.0	41.0	59.0
4.00	41	41.0	41.0	100.0
5.00				
Total	100	100.0	100.0	

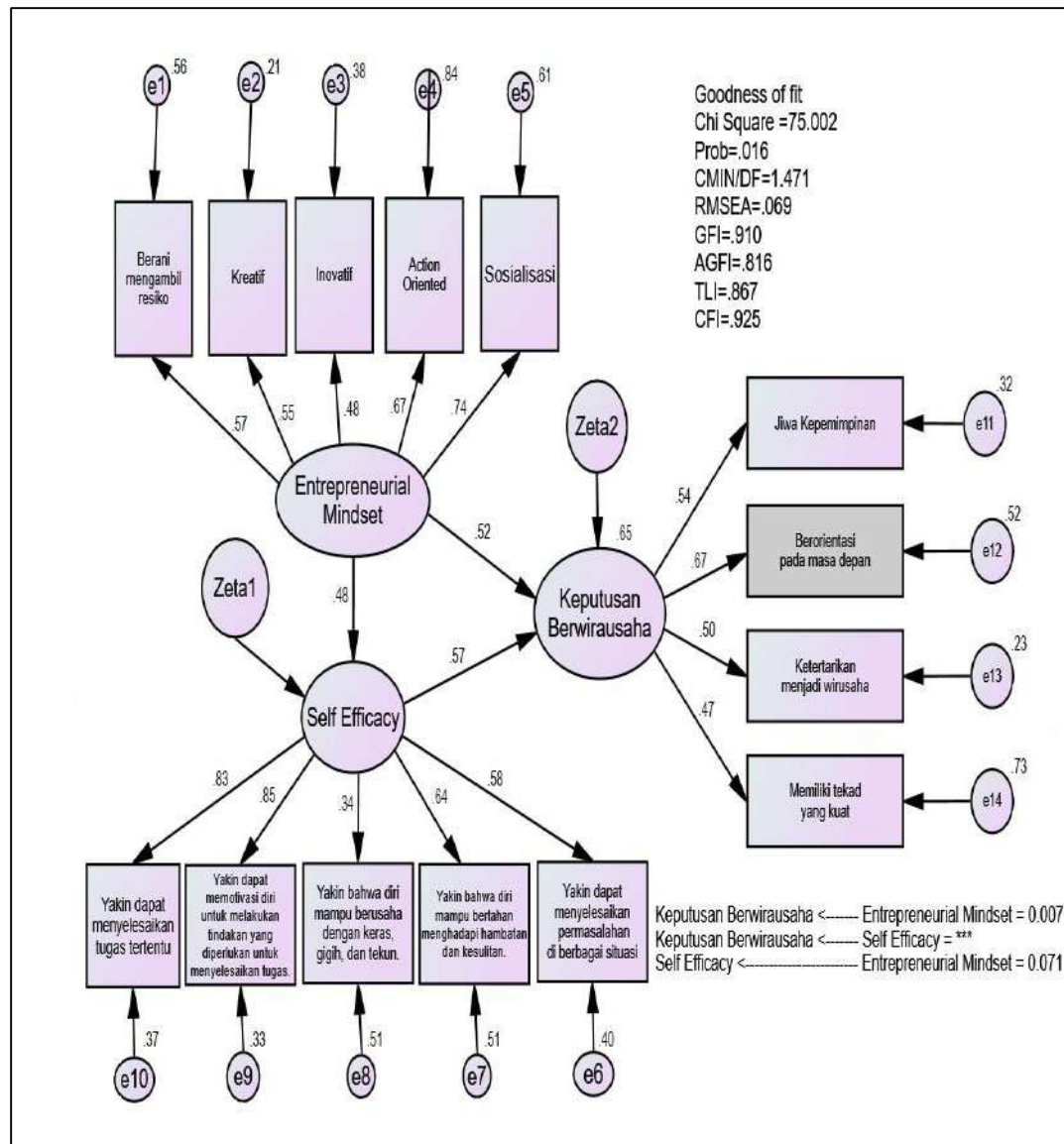
Y4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	14	14.0	14.0	14.0
1.00	8	8.0	8.0	22.0
2.00	35	35.0	35.0	57.0
4.00	43	43.0	43.0	100.0
5.00				
Total	100	100.0	100.0	

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1	100	1.00	5.00	4.2100	1.14852
X2	100	1.00	5.00	4.0300	1.19304
X3	100	1.00	5.00	3.9900	1.22676
X4	100	1.00	5.00	3.8600	1.23926
X5	100	1.00	5.00	4.0100	1.15902
TTLX	100	8.00	25.00	20.1000	3.74570
Z1	100	1.00	5.00	4.3800	.77564
Z2	100	1.00	5.00	4.1300	1.17770
Z3	100	1.00	5.00	4.2500	.98857
Z4	100	1.00	5.00	3.9200	1.19494
Z5	100	1.00	5.00	4.4400	.85658
TTLZ	100	11.00	25.00	21.1200	3.17274
Y1	100	1.00	5.00	4.2900	1.05692
Y2	100	1.00	5.00	4.2400	1.07422
Y3	100	1.00	5.00	3.9300	1.32005
Y4	100	1.00	5.00	3.8500	1.41689
TTLY	100	4.00	20.00	16.3100	3.28970
Valid N (listwise)	100				

Lampiran 3 : Hasil Analisis SEM



Analysis Summary

Date and Time

Date: Monday, July 17, 2023

Time: 7:38:46 AM

Title

Sem akhir: Monday, July 17, 2023 7:38 AM Notes for Group (Group number 1)

The model is recursive.

Sample size = 100

Result (Default model)

[Minimum was achieved](#)

Chi-square = 75.002

Degrees of freedom = 51

Probability level = .016

1. Uji Normalitas

Assessment of normality (Group number 1)

Variable	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
Z5	1.000	5.000	-2.269	-9.265	6.900	14.084
Y4	1.000	5.000	-1.701	-6.945	2.134	4.356
Y3	1.000	5.000	-1.649	-6.734	2.094	4.274
Y2	1.000	5.000	-2.327	-9.500	7.201	14.699
Y1	2.000	5.000	-1.596	-6.515	3.666	7.483
Z1	1.000	5.000	-1.854	-7.568	6.084	12.418
Z2	1.000	5.000	-1.947	-7.950	3.329	6.795
Z3	1.000	5.000	-2.336	-9.538	8.263	16.867
Z4	1.000	5.000	-1.939	-7.917	4.516	9.218
X5	1.000	5.000	-1.584	-6.468	1.742	3.555
X4	1.000	5.000	-1.269	-5.180	.542	1.107
X3	1.000	5.000	-1.532	-6.253	1.351	2.757
X2	1.000	5.000	-1.627	-6.644	1.907	3.893
X1	1.000	5.000	-1.824	-7.446	2.517	5.138
Multivariate					125.212	29.579

2. Outlier

Observations farthest from the centroid (Mahalanobis distance) (Group number 1)

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
76	51.464	.000	.000
74	47.930	.000	.000
95	43.328	.000	.000
99	41.978	.000	.000
90	41.749	.000	.000
72	39.772	.000	.000
96	38.904	.000	.000
87	38.569	.000	.000
71	37.106	.001	.000
94	36.370	.001	.000
77	34.421	.002	.000
31	31.583	.005	.000

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
40	29.590	.009	.000
84	28.154	.014	.000
70	26.547	.022	.000
73	25.882	.027	.000
75	25.399	.031	.000
83	24.265	.043	.000
89	23.720	.050	.000
97	23.349	.055	.000
88	22.600	.067	.000
60	21.991	.079	.000
44	21.615	.087	.000
98	21.334	.093	.000

93	20.050	.129	.001
32	18.442	.187	.046
85	18.369	.190	.033
46	17.391	.236	.178
3	17.338	.239	.139
100	16.852	.264	.239
68	16.427	.288	.349
49	16.322	.294	.319
18	15.777	.327	.513
82	15.490	.346	.583
69	15.404	.351	.547
54	15.277	.359	.533
64	15.277	.359	.451
79	14.864	.387	.598
80	14.863	.388	.518
48	14.787	.393	.480
78	14.284	.429	.683
58	14.219	.434	.644
91	14.128	.440	.619
66	13.101	.519	.953
21	12.419	.573	.995
47	12.359	.577	.993
8	12.178	.592	.995
20	12.003	.606	.996
92	11.959	.610	.994
55	11.555	.642	.999
23	11.401	.654	.999
28	10.999	.686	1.000

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
67	8.968	.833	1.000
37	8.756	.846	1.000
81	8.431	.866	1.000
1	8.164	.881	1.000
34	7.214	.926	1.000
14	7.109	.930	1.000
39	6.795	.942	1.000
43	6.594	.949	1.000
24	6.266	.959	1.000
86	5.769	.972	1.000
65	5.724	.973	1.000
5	5.712	.973	1.000
10	5.659	.974	1.000
4	5.545	.977	1.000
33	5.533	.977	1.000
41	5.394	.980	1.000
6	5.254	.982	1.000
57	5.254	.982	1.000
13	4.816	.988	1.000
45	4.467	.992	1.000
35	4.453	.992	1.000
15	4.413	.992	1.000
25	4.280	.994	1.000
53	4.203	.994	1.000
22	4.091	.995	1.000
29	4.089	.995	1.000
7	3.723	.997	1.000
26	3.645	.997	1.000
36	3.504	.998	1.000

16	3.485	.998	1.000
27	3.485	.998	1.000
11	3.440	.998	1.000
12	3.440	.998	1.000
38	3.440	.998	1.000
50	3.440	.998	1.000
52	3.440	.998	1.000
63	3.285	.998	1.000
51	2.719	.999	1.000
61	2.719	.999	1.000
2	2.536	1.000	1.000
Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
19	2.040	1.000	1.000
9	1.610	1.000	1.000
30	1.610	1.000	1.000
17	.865	1.000	1.000
42	.865	1.000	1.000
56	.865	1.000	1.000
59	.865	1.000	1.000
62	.865	1.000	1.000

Lampiran 4 : Uji Linieritas

Entrepreneurial Mindset → Keputusan Berwirausaha

Case Processing Summary

	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Keputusan Berwirausaha * Entrepreneurial Mindset	100	100.0%	0	0.0%	100	100.0%
Keputusan Berwirausaha * Self Efficacy	100	100.0%	0	0.0%	100	100.0%

ANOVA Table

			Sum of Squar es	df	Mea n Squa re	F	Sig.
Keputusan Berwirausah a * Entrepreneu rialMindset	Betwe en Group s	(Combined)	459.528	14	32.823	3.002	.001
		Linearity	188.832	1	188.832	17.269	.000
		Deviation from Linearity	270.696	13	20.823	1.904	.041
	Within Groups		929.472	85	10.935		
	Total		1389.000	99			

Measures of Association

Keputusan Berwirausaha * Entrepreneurial Mindset	.369	.136	.575	.331
---	------	------	------	------

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Berwirausaha * SelfEfficacy	Between Groups	(Combined)	566.027	14	40.430	6.800	.000
		Linearity	365.203	1	365.203	61.426	.000
		Deviation from Linearity	200.824	13	15.448	2.598	.004
	Within Groups		505.363	85	5.945		
	Total		1071.390	99			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Keputusan Berwirausaha * Self Efficacy	.584	.341	.727	.528

3. *Entrepreneurial Mindset → Self Efficacy*

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Self Efficacy * Entrepreneurial Mindset	Between Groups	(Combined)	346.879	16	21.680	2.770	.001
		Linearity	135.481	1	135.481	17.308	.000
		Deviation from Linearity	211.399	15	14.093	1.800	.048
	Within Groups		649.681	83	7.827		
	Total		996.560	99			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Self Efficacy * Entrepreneurial Mindset	.357	.128	.567	.322

Estimates (Group number 1 - Default model)**Scalar Estimates (Group number 1 - Default model)****Maximum Likelihood Estimates****Regression Weights: (Group number 1 - Default model)**

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
SE <--- EM	-.365	.202	-1.806	.071	Par_1
KB <--- EM	.708	.264	2.683	.007	Par_2
KB <--- SE	.929	.182	5.116	***	Par_3
X3 <--- EM	.948	.333	4.243	.025	Par_4
X4 <--- EM	1.725	.485	3.557	***	Par_5
X5 <--- EM	1.784	.510	3.497	***	Par_6
Z3 <--- SE	.433	.130	3.342	***	Par_7
Z2 <--- SE	1.524	.260	5.857	***	Par_8
X1 <--- EM	1000				
Z1 <--- SE	.990	.197	5.034	***	Par_9
Y1 <--- KB	1000				
Y3 <--- KB	1.293	.339	5.862	***	Par_10
Y4 <--- KB	.584	.222	2.631	.009	Par_11
Z4 <--- SE	1000				
X2 <--- EM	.732	.316	2.316	.021	Par_12
Z5 <--- SE	.752	.156	4.822	***	Par_13
Y2 <--- KB	1.052	.190	5.526	***	Par_14

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
SE <--- EM	.477
KB <--- EM	.520
KB <--- SE	.566
X3 <--- EM	.479
X4 <--- EM	.668
X5 <--- EM	.736
Z3 <--- SE	.340
Z2 <--- SE	.847
X1 <--- EM	.570
Z1 <--- SE	.829
Y1 <--- KB	.544
Y3 <--- KB	.500
Y4 <--- KB	.470
Z4 <--- SE	.642
X2 <--- EM	.549
Z5 <--- SE	.580
Y2 <--- KB	.669

Variances: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
EM	.327	.116	2.958	.005	Par_15
Zeta1	.242	.071	3.418	***	Par_16
Zeta2	.395	.101	4.948	***	Par_17
e1	1.075	.162	6.615	***	Par_18
e2	1.206	.176	6.851	***	Par_19
e3	1.376	.199	6.909	***	Par_20
e5	.611	.165	3.708	***	Par_21
e7	.508	.076	6.706	***	Par_22
e9	.326	.115	2.825	.005	Par_23
e10	.373	.074	5.065	***	Par_24
e8	.509	.073	6.990	***	Par_25
e11	.315	.102	3.080	.002	Par_26
e12	.518	.128	4.049	***	Par_27
e13	1.226	.174	7.034	***	Par_28
e14	1.131	.163	6.945	***	Par_29
e6	.396	.057	6.933	***	Par_30
e4	.838	.170	4.938	***	Par_31

Total Effects (Group number 1 - Default model)

	EM	SE	KB
SE	.708	.000	.000
KB	.293	.929	.000
Z5	.532	.752	.000
Y4	.471	.842	.004
Y3	.286	.772	.003
Y2	1.308	.978	.002
Y1	.293	.929	.000
Z1	.701	.990	.000
Z2	1.079	1.524	.000
Z3	.307	.433	.000
Z4	.708	1.000	.000

X5	1.784	.000	.000
X4	1.725	.000	.000
X3	.748	.000	.000
X2	.732	.000	.000
X1	1.000	.000	.000

Standardized Total Effects (Group number 1 - Default model)

	EM	SE	KB
SE	.566	.000	.000
KB	.383	1.520	.000
Z5	.328	.580	.000
Y4	.475	.298	.000
Y3	.337	1.146	.000
Y2	.680	.915	.000
Y1	.208	1.827	.000
Z1	.469	.829	.000
Z2	.479	.847	.000
Z3	.193	.340	.000
Z4	.363	.642	.000
X5	.736	.000	.000
X4	.668	.000	.000
X3	.291	.000	.000
X2	.303	.000	.000
X1	.418	.000	.000

Indirect Effects (Group number 1 - Default model)

	X	Z	Y
SE	.000	.000	.000
KB	.658	.000	.000

	X	Z	Y
Z5	.532	.000	.000
Y4	.171	.542	.000
Y3	-.086	-.272	.000
Y2	.308	.978	.000
Y1	.293	.929	.000
Z1	.701	.000	.000
Z2	1.079	.000	.000
Z3	.307	.000	.000
Z4	.708	.000	.000
X5	.000	.000	.000
X4	.000	.000	.000
X3	.000	.000	.000
X2	.000	.000	.000
X1	.000	.000	.000

Standardized Indirect Effects (Group number 1 - Default model)

	X	Z	Y
S.E	.000	.000	.000
K.B	.860	.000	.000
Z5	.328	.000	.000
Y4	.075	.298	.000
Y3	-.037	-.146	.000
Y2	.180	.715	.000
Y1	.208	.827	.000
Z1	.469	.000	.000
Z2	.479	.000	.000
Z3	.193	.000	.000
Z4	.363	.000	.000
X5	.000	.000	.000

X4	.000	.000	.000
X3	.000	.000	.000
X2	.000	.000	.000
X1	.000	.000	.000

Model Fit Summary

CMIN

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Default model	54	75.002	51	.016	1.471
Model Number 2	54	75.002	51	.016	1.471
Saturated model	105	.000	0		
Independence model	14	413.027	91	.000	4.539

RMR, GFI

Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI
Default model	.079	.910	.816	.442
Model Number 2	.079	.910	.816	.442
Saturated model	.000	1.000		
Independence model	.215	.571	.505	.495

Baseline Comparisons

Model	NFI Delta1	RFI rho1	IFI Delta2	TLI rho2	CFI
Default model	.818	.676	.934	.867	.925
Model Number 2	.818	.676	.934	.867	.925
Saturated model	1.000		1.000		1.000
Independence model	.000	.000	.000	.000	.000

Parsimony-Adjusted Measures

Model	PRATIO	PNFI	PCFI
Default model	.560	.459	.519
Model Number 2	.560	.459	.519
Saturated model	.000	.000	.000
Independence model	1.000	.000	.000

NCP

Model	NCP	LO 90	HI 90
Default model	24.002	4.763	51.222
Model Number 2	24.002	4.763	51.222
Saturated model	.000	.000	.000
Independence model	322.027	262.688	388.908

FMIN

Model	FMIN	F0	<u>LO</u> <u>90</u>	<u>HI</u> <u>90</u>
Default model	.758	.242	.048	.517
Model Number 2	.758	.242	.048	.517
Saturated model	.000	.000	.000	.000
Independence model	4.172	3.253	2.653	3.928

RMSEA

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Default model	.069	.031	.101	.175
Model Number 2	.069	.031	.101	.175
Independence model	.189	.171	.208	.000

AIC

Model	AIC	BCC	BIC	CAIC
Default model	183.002	202.288	323.681	377.681
Model Number 2	183.002	202.288	323.681	377.681
Saturated model	210.000	247.500	483.543	588.543
Independence model	441.027	446.027	477.499	491.499

ECVI

Model	ECVI	LO 90	HI 90	MECVI
Default model	1.849	1.654	2.123	2.043
Model Number 2	1.849	1.654	2.123	2.043
Saturated model	2.121	2.121	2.121	2.500
Independence model	4.455	3.855	5.130	4.505

HOELTER

Model	HOELTER .05	HOELTER .01
Default model	91	103
Model Number 2	91	103
Independence model	28	31