

EFEK MODERASI ENTREPRENEURSHIP EDUCATION PADA HUBUNGAN CREATIVITY, ATTITUDE TOWARD ENTREPRENEURSHIP, SUBJECTIVE NORM, PERCEIVED BEHAVIORAL CONTROL DAN ENTREPRENEURIAL INTENTION

Ignasia Christiyani Kore^{1*}
Wisnu Prajogo²

¹Graduate Program, Master of Management

²Department of Management, YKPN School of Business, Yogyakarta

*Corresponding author; *E-mail*: christin.kore@gmail.com

ABSTRACT

This study examines the effects of entrepreneurship education moderation on the relationship of creativity, attitude toward entrepreneurship, subjective norm, perceived behavioral control and entrepreneurial intention. Respondents in this study are the general public with more than 17 years of age who have and have never participated in entrepreneurship education. A total of 154 responses were used to test the proposed hypothesis. The results showed that creativity has a positive effect on attitude toward entrepreneurship, subjective norm and perceived behavioral control. In addition, attitude toward entrepreneurship and perceived behavioral control have a positive effect on entrepreneurial intention. However, no significant effect was found between subjective norm and entrepreneurial intention. Other findings in this study are entrepreneurship education that positively moderates the relationship of creativity, attitude toward entrepreneurship, subjective norm, perceived behavioral control and entrepreneurial intention. An interesting result in this study is the moderating effect of entrepreneurship education on respondents who have attended entrepreneurship education is higher than respondents who have never attended entrepreneurship education. The results of this study indicate that entrepreneurship education has an

important role in increasing one's intention to become entrepreneurs.

Keywords: creativity, attitude toward entrepreneurship, subjective norm, perceived behavioral control, entrepreneurial intention, entrepreneurship education

JEL classification: M31

PENDAHULUAN

Kewirausahaan berperan penting dalam mendorong pembangunan ekonomi dan mengurangi pengangguran (Sesen, 2013). Salah satu bentuk realisasi dari kewirausahaan adalah banyak berdirinya UMKM. Berdasarkan data dari website resmi Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah, perkembangan UMKM tahun 2016-2017 mengalami peningkatan dari 61.651.177 menjadi 62.922.617 untuk unit usaha. Berkembangnya kewirausahaan berpotensi meningkatkan pertumbuhan dan pembangunan ekonomi suatu negara. Beberapa kontribusi dari perkembangan kewirausahaan di suatu negara seperti peningkatan struktur ekonomi, kemajuan teknologi dan penciptaan lapangan kerja yang berdampak pada kemakmuran ekonomi suatu negara

(Ghulam, 2008; Gurel et al., 2010; Li et al., 2008).

Perkembangan kewirausahaan tak lepas dari tingginya minat masyarakat untuk berwirausaha. Kunci dari perkembangan kewirausahaan adalah meningkatkan *entrepreneurial intention* atau niat berwirausaha masyarakat. Secara umum, munculnya *entrepreneurial intention* dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal seseorang. Secara eksternal, *entrepreneurial intention* dipengaruhi oleh tingkat pendidikan, pelatihan dan kesempatan untuk menciptakan usaha baru (Chen et al., 1998; Krueger et al., 2000). Secara internal, munculnya *entrepreneurial intention* dipengaruhi oleh kemampuan seseorang dalam mengenali sebuah peluang, toleransi terhadap ambiguitas dan kreativitas (Teng, 2007; Vesalainen & Pihkala, 1999; Zahra et al., 2005). Kemampuan individual akan mempengaruhi kepercayaan diri dan keyakinannya untuk berkarir menjadi seorang wirausahawan.

Entrepreneurship education dan kreativitas merupakan variabel eksternal dan internal seseorang yang mempengaruhi *entrepreneurial intention* dan saling berkaitan. González (2019) menemukan bahwa seseorang yang mempunyai latar belakang pendidikan kewirausahaan akan mempunyai kemampuan untuk *survive* dalam dunia wirausaha. Dampak dari pemberian *entrepreneurship education* akan mendorong seseorang untuk lebih kreatif untuk menghadapi kondisi yang tidak pasti. Salah satu poin penting dalam *entrepreneurship education* adalah kreativitas. *Entrepreneurship education* akan mendorong seseorang untuk bertindak kreatif dalam segala kondisi sehingga dalam beradaptasi, mengatasi kesulitan, menyikapi ketidakpastian, dan mendukung perubahan. *Entrepreneurship education* dapat diberikan di kampus atau lembaga pendidikan formal, informal maupun pemerintah. Pendidikan ini dapat berupa simulasi bisnis, kompetisi rencana bisnis, kuliah, studi kasus, atau kegiatan langsung (Krueger, 1994; Kuratko, 2005). Sedangkan kreativitas diartikan sebagai kemampuan seseorang dalam menciptakan ide dan produk baru dengan menggabungkan atau menggunakan kembali ide-ide yang sudah ada sebelumnya (Plucker, 2004). Kreativitas dianggap sebagai jantung pengembangan sebuah usaha (Hamidi et al., 2008). Kreativitas bukan bakat yang dimiliki seseorang melainkan sebuah kemampuan intelektual yang didapatkan dan diasah melalui salah satunya adalah pemberian pengetahuan melalui *entrepreneurship education*. *Entrepreneurship*

education akan memotivasi seseorang untuk berpikir “*out of the box*” sehingga memberikan ide dan solusi yang inovatif (Sternberg, 2004), akibatnya, kepercayaan diri, keyakinan dan *entrepreneurial intention* atau niat seseorang untuk menjadi seorang wirausaha akan tetap terjaga atau bahkan lebih tinggi.

Sebelumnya, untuk menjelaskan anteseden *entrepreneurial intention*, beberapa peneliti menggunakan teori TPB atau *Theory of planned behavior* (Ajzen, 1991). Teori ini menjelaskan bahwa munculnya *entrepreneurial intention* tergantung pada pengaruh variabel *attitude*, *subjective norms*, dan *perceived behavioral control* (Ajzen, 1991). Meskipun beberapa peneliti sebelumnya telah meneliti *entrepreneurial intention* menggunakan teori TPB (Rauch & Hulsink, 2015; Tiwari et al., 2017; Biraglia, 2017; González, 2019), namun masih jarang penelitian yang menggabungkannya dengan variabel *entrepreneurship education* dan *creativity* dalam satu penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti akan menggabungkan *entrepreneurship education* dan *creativity* dalam satu model penelitian. Tujuan utama penelitian ini adalah: 1) menguji hubungan *creativity*, *attitude*, *subjective norm*, *perceived behavioral control* dan *entrepreneurial intention*, 2) menguji efek moderasi *entrepreneurship education* pada model hubungan *creativity*, *attitude*, *subjective norm*, *perceived behavioral control* dan *entrepreneurial intention*, 3) menguji perbandingan efek moderasi *entrepreneurship education* pada responden yang pernah mengikuti *entrepreneurship education* dengan responden yang belum pernah mengikuti *entrepreneurship education*.

MATERI DAN METODE PENELITIAN

Creativity

Creativity adalah kemampuan seseorang untuk menciptakan hal ide atau produk baru dengan cara mengombinasikan, menambahkan atau menggunakan kembali ide yang sudah ada (Plucker et al., 2004).

Attitude Toward Entrepreneurship

Attitude toward entrepreneurship adalah persepsi individu terhadap apakah sebuah perilaku dapat menguntungkan atau tidak menguntungkan jika dilakukan atau tidak dilakukan, khususnya persepsi individu pada kegiatan wirausaha (Ajzen, 1991).

Subjective Norm

Subjective norm merupakan persepsi seseorang tentang perilaku yang sesuai atau tidak sesuai dengan persepsi orang lain tentang perilaku tersebut, khususnya kegiatan wirausaha (Ajzen, 1991).

Perceived Behavioral Control

Perceived behavioral control adalah persepsi individu mengenai kemampuan pribadi mereka untuk melakukan tindakan apakah mampu atau tidak mampu, khususnya mampu atau tidak mampu untuk memulai kegiatan wirausaha (Ajzen, 1991).

Entrepreneurial Intention

Entrepreneurial intention merupakan rencana dan niat seorang individu untuk menjadi seorang wirausahawan di saat belum ada tindakan yang dilakukan untuk mewujudkan niat dan rencana tersebut (Moriano *et al.*, 2012).

Entrepreneurship Education

Entrepreneurship education proses pembelajaran, pelatihan, dan pemberian pengetahuan tentang kewirausahaan kepada seseorang baik dari lingkungan sekolah (formal), kursus (informal), dan pelatihan pemerintah (Kuratko, 2005; Rauch & Hulsink, 2015).

Pengaruh *creativity* pada *attitude toward entrepreneurship*

Kreativitas dianggap sebagai jantung pengembangan sebuah usaha (Yar *et al.*, 2008). Kreativitas merupakan kerangka kerja intelektual yang memotivasi mereka untuk berpikir “*out of the box*” sehingga memberikan solusi yang inovatif (Sternberg *et al.*, 2004). Baron (2004) menemukan fakta bahwa wirausahawan harus lebih kreatif dibandingkan dengan orang lain dalam menciptakan dan menggunakan peluang. Oleh karena itu, kreativitas dianggap sebagai salah satu elemen terpenting untuk membentuk niat berwirausaha. Gorman *et al.* (2007), Feldman & Bolino (2000) dan Hamidi *et al.* (2008) menemukan bahwa kreativitas yang tinggi mempengaruhi proses pembentukan niat secara positif. Selanjutnya, Zampitakis (2011) dan Tiwari *et al.* (2017) membuktikan bahwa kreativitas juga secara positif mempengaruhi sikap seseorang sehingga memilih wirausaha sebagai karier. Berdasar uraian sebelumnya, peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1: *Creativity* berpengaruh positif pada *attitude*

toward entrepreneurship

Pengaruh *creativity* pada *subjective norm*

Subjective norm merupakan persepsi individu tentang perilaku yang sesuai atau tidak sesuai dengan persepsi orang lain tentang perilaku tersebut. *Subjective norm* mempengaruhi seseorang untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu dengan melalui persepsi orang lain yang ada di sekitar seperti teman, keluarga, tetangga, mentor, dan lain-lain (Ajzen, 1991). Linan & Chen (2009) lebih menekankan bahwa tekanan akan muncul dari lingkungan keluarga, teman dekat, dan orang-orang penting di sekitar kita. Niat seseorang akan sangat dipengaruhi oleh tekanan dari orang-orang disekitarnya, termasuk keyakinannya untuk membuat dan memulai sebuah usaha.

Tiwari (2017) menemukan bahwa kreativitas mempengaruhi *perceived behavior control* secara positif. Individu yang kreatif selalu mempunyai cara untuk memecahkan sebuah masalah. González *et al.* (2019) mengatakan bahwa seseorang yang kreatif akan mempunyai daya tahan yang kuat untuk *survive*. Seseorang yang kreatif akan selalu mencari cara untuk keluar dari situasi yang sulit, selalu berusaha untuk tetap tumbuh dalam situasi yang sulit, dan bahkan, seorang yang kreatif akan mencari cara untuk mengubah kerugian menjadi sebuah keuntungan. Tekanan yang diterima dari lingkungan tidak akan terlalu berengaruh terhadap orang-orang yang kreatif. Mereka akan selalu berusaha untuk mencari cara bagaimana bertahan dalam tekanan keluarga, lingkungan, dan orang-orang terdekat. Mereka akan selalu berusaha untuk mengambil hati dan dukungan orang-orang sekitar dengan cara yang kreatif. Berdasar uraian sebelumnya, peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H2: *Creativity* berpengaruh positif pada *subjective norm*

Pengaruh *creativity* pada *perceived behavioral control*

Linan & Chen (2009) menekankan bahwa *perceived behavioral control* lebih terfokus pada tingkat keyakinan dan kepercayaan diri seseorang akan kemampuan dan kapabilitasnya untuk membuat dan memulai sebuah usaha. Keyakinan dan kepercayaan diri merupakan determinan yang sangat kuat yang mempengaruhi niat dan tindakan seseorang. Menurut González *et al.* (2009), orang-orang kreatif akan mencari cara untuk

menciptakan dan menggunakan sebuah peluang. Mereka akan selalu mencari cara untuk memanfaatkan sumber daya dan kemampuan yang mereka miliki dengan sebaik-baiknya. Seseorang yang kreatif akan selalu berusaha untuk mengatasi keterbatasan dan kendala yang mereka jumpai, sehingga orang yang kreatif mempunyai tingkat keyakinan dan kepercayaan diri yang tinggi (Boyd & Vozikis, 1994).

Selanjutnya, Ernst (2011) menguji peran kreativitas dalam memprediksi *social entrepreneurship intention*. Hasilnya, kreativitas tidak hanya kuat mempengaruhi sikap secara positif, namun kreativitas juga mempengaruhi *perceived behavior control*. Tiwari *et al.* (2017) mengonfirmasi penemuan sebelumnya dengan membuktikan bahwa kreativitas mempengaruhi *perceived behavior control* secara positif. Berdasar uraian sebelumnya, peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H3: *Creativity* berpengaruh positif pada *perceived behavioral control*

Pengaruh *attitude toward entrepreneurship* pada *entrepreneurial intention*

Menurut Ajzen (1991) niat dipengaruhi oleh *theory of planned behavior* di mana terdapat 3 faktor di dalamnya yaitu *attitude*, *subjective norm* dan *perceived behavioral control*. Tiwari *et al.* (2017) menguji pengaruh *attitude*, pada *social entrepreneurial intention*. Hasilnya, *attitude* berpengaruh positif pada *social entrepreneurial intention*. Lingkungan sosial berperan penting dalam menjaga keyakinan, kepercayaan diri dan motivasi seseorang untuk menjadi seorang wirausahawan. Persepsi positif seseorang mengenai wirausaha menjadi pendorong untuk memiliki ketertarikan yang memunculkan niat seseorang untuk menjadi seorang wirausahawan (Hedner *et al.*, 2011). Selanjutnya, Habeeb & Ahmad (2018) dan González *et al.* (2019) juga menemukan bahwa *attitude* berpengaruh positif terhadap *entrepreneurial intention*. Berdasar uraian sebelumnya, peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H4: *Attitude toward entrepreneurship* berpengaruh positif pada *entrepreneurial intention*

Pengaruh *subjective norm* pada *entrepreneurship intention*

Tiwari *et al.* (2017) menguji pengaruh *subjective norm* pada *social entrepreneurial intention*. Hasilnya,

subjective norm berpengaruh positif pada *social entrepreneurial intention*. Artinya, lingkungan sosial berperan penting dalam menjaga keyakinan, kepercayaan diri dan motivasi seseorang untuk menjadi seorang wirausahawan. Selanjutnya, Habeeb & Ahmad (2018) dan González *et al.* (2019) juga menemukan bahwa *subjective norm* berpengaruh positif terhadap *entrepreneurial intention*.

Lingkungan sosial yang buruk dan tidak mendukung berpotensi menghilangkan niat dan motivasi seseorang untuk berwirausaha (Hedner *et al.*, 2011). Seorang individu didukung oleh orang-orang terdekatnya sehingga akan meningkatkan niat untuk menjadi seorang wirausahawan. Berdasar uraian sebelumnya, peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H5: *Subjective norm* berpengaruh positif pada *entrepreneurial intention*

Pengaruh *perceived behavioral control* pada *entrepreneurial intention*

Tiwari *et al.* (2017) menguji pengaruh *perceived behavioral control* pada *entrepreneurial intention*. Hasilnya, *perceived behavioral control* berpengaruh positif pada *social entrepreneurial intention*. Seseorang yang mempunyai kepercayaan diri atas kemampuan yang dimiliki akan mendorongnya untuk memiliki niat yang tinggi menjadi seorang wirausahawan.

Perceived behavioral control merupakan salah satu komponen yang membentuk niat seseorang (Ajzen, 1991). Selanjutnya, Habeeb & Ahmad (2018) dan González *et al.* (2017) membuktikan bahwa *perceived behavioral control* berpengaruh positif terhadap *entrepreneurial intention*. Berdasarkan uraian sebelumnya, peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H6: *Perceived behavioral control* berpengaruh positif pada *entrepreneurial intention*

Entrepreneurship education memoderasi hubungan *creativity*, *attitude toward entrepreneurship*, *subjective norm*, *perceived behavioral control* dan *entrepreneurial intention*.

Selain menyoroti peran penting keluarga dan lingkungan sosial, Bernard & Barbosa (2016) dan Yang & Danes (2017) juga menyoroti peran yang dimainkan oleh para mentor kewirausahaan dalam menjamin kesuksesan karir berwirausaha. Mentor kewirausahaan mempunyai peranan penting dalam melatih, mendidik dan membina seseorang untuk menjadi seorang

wirausaha yang mempunyai kreativitas, inovasi dan pengetahuan yang tinggi. Menurut, Kuratko (2005) *entrepreneurship education* adalah proses pembelajaran, pelatihan, dan pemberian pengetahuan tentang kewirausahaan kepada seseorang baik dari lingkungan sekolah (formal), kursus (informal), dan pelatihan pemerintah. Pemberian mata kuliah kewirausahaan oleh pihak sekolah, pemberian kursus kewirausahaan baik dari level individu atau instansi informal, dan pelatihan kewirausahaan yang diselenggarakan oleh pemerintah menjadi pemicu naiknya ketertarikan untuk membuat sebuah usaha yang baru. Rauch & Hulsink (2015) dan González *et al.* (2019) menemukan bahwa *entrepreneurship education* dapat menaikkan intensi seseorang untuk berwirausaha. Lebih jauh, *entrepreneurship education* mempengaruhi *entrepreneurial behavior*. Selain itu, *entrepreneurship education* juga mempengaruhi *attitude toward entrepreneurship*, *subjective norm* dan *perceived behavioral control*.

Penelitian González *et al.* (2019), menjelaskan bahwa pemberian *entrepreneurship education* dalam kelompok eksperimen dengan partisipan pelajar berdampak pada kemampuan dan ketertarikannya terhadap kewirausahaan. Hal ini didasari pada pengaruh *entrepreneurship education* pada sisi internal partisipan maupun eksternal partisipan. *Entrepreneurship education* secara langsung maupun tidak langsung dapat berdampak pada bagaimana seseorang menilai kewirausahaan. Kreativitas, *attitude*, *subjective norm* dan *perceived behavioral control* merupakan bagian internal seseorang yang saling berhubungan Tiwari *et al.* (2017).

Entrepreneurship education mempunyai peranan untuk mengasah kreativitas, mental, pemikiran dan sikap yang lebih positif. Oleh karena itu, *Entrepreneurship education* dapat memperkuat hubungan kreativitas, *attitude*, *subjective norm* dan *perceived behavioral control*. Dalam konteks *entrepreneurial intention*, *entrepreneurship education* dapat meningkatkan sikap positif, norma subjektif dan *perceived behavioral control*. Pendidikan memberikan gambaran tentang kewirausahaan dengan *framing* yang positif sehingga hal ini berdampak pada persepsi seseorang akan menjadi positif. Selanjutnya, pendidikan kewirausahaan juga memberikan gambaran mengenai norma subjektif terkait kewirausahaan yang dipegang, serta memberikan motivasi dan semangat bahwa individu mampu menjadi seorang wirausaha.

Disimpulkan bahwa pengaruh *entrepreneurship education* berpotensi dapat memperkuat hubungan antara *creativity*, *attitude toward entrepreneurship*, *subjective norm*, *perceived behavioral control* dan *entrepreneurial intention*. Pengaruh *creativity* pada *attitude toward entrepreneurship*, *subjective norm* dan *perceived behavioral control* akan lebih kuat ketika individu pernah mengikuti pendidikan atau pelatihan kewirausahaan dibandingkan dengan individu yang belum pernah mengikuti pendidikan atau pelatihan kewirausahaan. Selanjutnya, pengaruh *attitude toward entrepreneurship*, *subjective norm* dan *perceived behavioral control* pada *entrepreneurial intention* akan lebih kuat ketika individu pernah mengikuti pendidikan atau pelatihan kewirausahaan dibandingkan dengan individu yang belum pernah mengikuti pendidikan atau pelatihan kewirausahaan. Berdasar uraian sebelumnya, peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H7: *entrepreneurship education* memoderasi hubungan *creativity*, *attitude toward entrepreneurship*, *subjective norm*, *perceived behavioral control*, dan *entrepreneurial intention*.

Sampel Penelitian

Sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dengan beberapa kriteria. Pertama, responden memiliki usia lebih dari 17 tahun. Kedua, responden terdiri dari responden yang pernah mengikuti kelas kewirausahaan formal (sekolah) atau kursus kewirausahaan (pelatihan kewirausahaan) atau pelatihan kewirausahaan dari pemerintah dan responden yang belum pernah sama sekali mengikuti kelas formal, kursus, ataupun pelatihan kewirausahaan dari pemerintah. Jumlah total responden yang digunakan sebanyak 154 responden. Proses pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner *online* (*Google form*) dan *offline*.

Pengukuran Variabel

Dalam penelitian ini, variabel *creativity* diukur dengan 6 *item* pernyataan dengan menggunakan skala *likert* 5 yang diadopsi dari penelitian Cardon *et al.* (2013) dengan $\alpha=0,887$. Dalam penelitian ini, variabel *attitude toward entrepreneurship* diukur dengan 5 *item* pertanyaan dengan menggunakan skala *likert* 5 yang diadopsi dari penelitian Linan & Chen (2009) dengan $\alpha=0,874$. Dalam penelitian ini, variabel *subjective norm* diukur dengan 3 *item* pertanyaan dengan menggunakan skala *likert* 5 yang diadopsi dari penelitian

Tabel 1
Demografi Responden

Kriteria	Klasifikasi	Jumlah Responden
Jenis Kelamin	Laki-Laki	56
	Perempuan	98
Usia	17-22 tahun	54
	23-28 tahun	81
Pendidikan Terakhir	> 28 tahun	19
	SLTA	60
	Diploma	6
	Strata 1	76
	Strata 2	12
Pendidikan kewirausahaan	Pernah	102
	Belum Pernah	52
Jenis Pendidikan Kewirausahaan	Sekolah/Kampus	82
	Seminar	4
	Kursus	11
	Lainnya	5
Periode Pendidikan	1-3 bulan yang lalu	15
	4-6 bulan yang lalu	24
Kewirausahaan	> 6 bulan yang lalu	63

Linan & Chen (2009) dengan $\alpha=0,874$.

Dalam penelitian ini, variabel *perceived behavior control* diukur dengan 3 item pertanyaan dengan menggunakan skala *likert 5* yang diadopsi dari penelitian Linan & Chen (2009) dengan $\alpha=0,892$. Dalam penelitian ini, variabel *entrepreneurial intention* diukur dengan 6 item pertanyaan dengan menggunakan skala *likert 5* yang diadopsi dari penelitian Linan &

Chen (2009) dengan $\alpha=0,920$. Dalam penelitian ini, variabel *entrepreneurship education* merupakan variabel dikotomi yang digunakan untuk membagi responden kedalam kelompok responden yang pernah mengikuti kelas, kursus atau pelatihan kewirausahaan (1) dan kelompok responden yang belum pernah sama sekali mengikuti (0). Pertanyaan “Apakah Anda pernah mengikuti kelas kewirausahaan baik di seko-

lah (formal) atau mengikuti kursus kewirausahaan (informal) atau mengikuti pelatihan kewirausahaan dari pemerintah?” akan diajukan sebelum responden mengisi kuesioner. Apabila responden sudah pernah maka akan diberi kode 1, sedangkan responden yang belum pernah akan diberi kode 0.

HASIL PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan *path analysis* untuk pengujian hipotesis. Data dan hipotesis diproses dan di uji

dengan menggunakan AMOS 24. Tabel 2 dan 3 menunjukkan hasil analisis deskriptif dan *Goodfitness Model*.

Tabel 2 menunjukkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini mempunyai korelasi yang tinggi, artinya, variabel yang digunakan dalam penelitian cukup baik. Tabel 3 menunjukkan bahwa *goodfitness model* mempunyai rata-rata nilai yang baik sehingga model dalam penelitian ini layak untuk diteliti. Selanjutnya, tabel 4 menunjukkan hasil pengolahan AMOS *path analysis*.

Tabel 2
Analisis Deskriptif

Variabel	Min	Max	Mean	SD	CR	AT	SN	PBC	EI
1.CR	1,16	5,00	3,659	0,748	1				
2. AT	1,20	5,00	3,889	0,864	0,610**	1			
3. SN	1,33	5,00	3,656	0,937	0,542**	0,765**	1		
4. PBC	1,50	5,00	3,593	0,810	0,734**	0,714**	0,681**	1	
5. EI	1,33	5,00	3,784	0,874	0,601**	0,801**	0,694**	0,761**	1

**Signifikan < 0,01; * Signifikan < 0,05; N = 154

CR: Creativity

AT: Attitude

SN: Subjective Norm

PBC: Perceived Behavioral Control

EI: Entrepreneurial Intention

Tabel 3
Hasil Pengujian Goodfitness Model

Absolute Fit	Kriteria	Nilai Fit	Keterangan
<i>Chi square</i>	< 0,05 (Hair et al., 1998)	0,032	Baik
GFI	> 0,90 (Hair et al., 1998)	0,982	Baik
RMR	< 0,08 (Hair et al., 1998)	0,009	Baik
RMSEA	< 0,08 (Hair et al., 1998)	0,127	Kurang Baik
<i>Incremental Fit</i>			
AGFI	> 0,80 (Sharma, 1998)	0,868	Baik
NFI	> 0,90 (Hair et al., 1998)	0,988	Baik
CFI	> 0,90 (Hair et al., 1998)	0,991	Baik
TLI	> 0,90 (Hair et al., 1998)	0,955	Baik
<i>Parsimonius Fit Measures</i>			
CMIN/DF	1-2 over fit, 2-5 liberal limit (Hair et al., 1998)	3,449	Baik

Tabel 4
Pengujian Path Analysis AMOS 24

	<i>Estimate</i>	<i>SE</i>	<i>CR</i>	<i>P Values</i>
C → AT	0,750	0,117	5,983	<0,01
C → SN	0,698	0,118	6,644	<0,01
C → PBC	0,860	0,136	7,253	<0,01
AT → EI	0,604	0,141	5,796	<0,01
SN → EI	0,006	0,071	0,101	0,919
PBC → EI	0,385	0,093	4,577	<0,01

Tabel 5
Ringkasan Pengujian Hipotesis

Hipotesis	<i>Estimate</i>	<i>P-value</i>	Hasil
H1: <i>Creativity</i> berpengaruh positif pada <i>attitude toward entrepreneurship</i>	0,750	<0,01	Terdukung
H2: <i>Creativity</i> berpengaruh positif pada <i>subjective norm</i>	0,698	<0,01	Terdukung
H3: <i>Creativity</i> berpengaruh positif pada <i>perceived behavioral control</i>	0,860	<0,01	Terdukung
H4: <i>Attitude toward entrepreneurship</i> berpengaruh positif pada <i>entrepreneurial intention</i>	0,604	<0,01	Terdukung
H5: <i>Subjective Norm</i> berpengaruh positif pada <i>entrepreneurial intention</i> .	0,006	0,919	Tidak terdukung
H6: <i>Perceived behavioral control</i> berpengaruh positif pada <i>entrepreneurial intention</i>	0,385	<0,01	Terdukung

PEMBAHASAN

Creativity* berpengaruh positif pada *attitude toward entrepreneurship

Berdasar hasil ringkasan hipotesis yang ditunjukkan pada Tabel 5, dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis 1 dalam penelitian ini terdukung ($\beta = 0,750$, $P < 0,01$). Hasil penelitian ini membuktikan bahwa kreativitas merupakan salah satu elemen terpenting untuk membentuk niat berwirausaha Gorman *et al.* (2007). Selanjutnya, hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Zampitakis (2011) dan Tiwari *et al.* (2017) yang menemukan bahwa kreativi-

tas juga secara positif mempengaruhi sikap seseorang sehingga memilih wirausaha sebagai karier. Seseorang yang mempunyai kreativitas yang tinggi tidak hanya pandai memanfaatkan peluang, namun juga pandai menciptakan sebuah peluang untuk berwirausaha sehingga persepsi mereka terhadap wirausaha sangat baik.

Creativity* berpengaruh positif pada *subjective norm

Berdasar hasil ringkasan hipotesis yang ditunjukkan pada Tabel 5, dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis 2 dalam penelitian ini terdukung ($\beta = 0,698$, $P < 0,01$). Hasil penelitian ini sejalan dengan penemuan Tiwari *et al.* (2017) yang menemukan bahwa kreativitas mem-

pengaruhi PBC secara positif. Individu yang kreatif selalu mempunyai cara untuk memecahkan sebuah masalah. Sesuai dengan pendapat González *et al.* (2019) yang mengatakan bahwa seseorang yang kreatif akan mempunyai daya tahan yang kuat untuk *survive*. Individu yang kreatif akan selalu mencari cara untuk keluar dari situasi yang sulit, selalu berusaha untuk tetap tumbuh dalam situasi yang sulit, dan bahkan, seorang yang kreatif akan mencari cara untuk mengubah kerugian menjadi sebuah keuntungan. Tekanan yang diterima dari lingkungan tidak akan terlalu berpengaruh terhadap orang-orang yang kreatif. Mereka akan selalu berusaha untuk mencari cara bagaimana bertahan dalam tekanan keluarga, lingkungan, dan orang-orang terdekat. Mereka akan selalu berusaha untuk mengambil hati dan dukungan orang-orang sekitar dengan cara yang kreatif.

Creativity berpengaruh positif pada perceived behavioral control

Berdasar hasil ringkasan hipotesis yang ditunjukkan pada Tabel 5, dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis 3 dalam penelitian ini terdukung ($\beta = 0,860$, $P < 0,01$). Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penemuan dari Ernst (2011) yang menguji peran kreativitas dalam memprediksi *social entrepreneurship intention*. Hasilnya, kreativitas tidak hanya kuat mempengaruhi sikap secara positif, namun kreativitas juga mempengaruhi PBC. Hasil penelitian ini juga mengonfirmasi penemuan dari Tiwari *et al.*, (2017) yang membuktikan bahwa kreativitas mempengaruhi *perceived behavior control* secara positif. PBC lebih terfokus pada tingkat keyakinan dan kepercayaan diri seseorang akan kemampuan dan kapabilitasnya untuk membuat dan memulai sebuah usaha. Keyakinan dan kepercayaan diri merupakan determinan yang sangat kuat yang mempengaruhi niat dan tindakan seseorang. Seseorang yang kreatif akan mempunyai keyakinan dan kepercayaan diri lebih besar untuk menjalankan sebuah usaha.

Pengaruh attitude toward entrepreneurship terhadap entrepreneurial intention

Berdasar hasil ringkasan hipotesis yang ditunjukkan pada Tabel 5, dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis 4 dalam penelitian ini terdukung ($\beta = 0,604$, $P < 0,01$) Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penemuan dari Habeeb & Ahmad (2018) dan González *et al.* (2019)

yang menemukan bahwa *attitude* berpengaruh positif terhadap *entrepreneurial intention*. Artinya, seseorang yang mempunyai persepsi dan pandangan yang positif terhadap dunia wirausaha akan mempunyai niat dan semangat berwirausaha yang tinggi. Persepsi yang positif seseorang tentang kewirausahaan akan menaikkan ketertarikan seseorang untuk menjadi seorang wirausahawan. Sebaliknya, ketika seseorang mempunyai persepsi negatif tentang kewirausahaan akan mendorong orang tersebut tidak menyukai dan cenderung tidak mau menjadi seorang wirausahawan.

Pengaruh subjective norm terhadap entrepreneurial intention

Berdasar hasil ringkasan hipotesis yang ditunjukkan pada Tabel 5, dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis 5 dalam penelitian ini tidak terdukung ($\beta = 0,006$, $P = 0,919$). Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan hasil penemuan dari Habeeb & Ahmad (2018) dan González *et al.* (2019) yang menemukan bahwa *subjective norm* berpengaruh positif terhadap *entrepreneurial intention*. Hal ini mungkin disebabkan oleh karakteristik responden yang tidak terlalu mementingkan norma subjektif. Responden penelitian ini yang semuanya merupakan masyarakat Indonesia dengan karakteristik Asia atau ketimuran yang mempunyai nilai kolektif yang cukup tinggi sehingga norma subjektif seringkali diabaikan.

Pengaruh perceived behavioral control terhadap entrepreneurial intention

Berdasar hasil ringkasan hipotesis yang ditunjukkan pada Tabel 5, dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis 6 dalam penelitian ini terdukung ($\beta = 0,385$, $P < 0,01$). Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penemuan dari Habeeb & Ahmad (2018) dan González *et al.* (2019) yang menemukan bahwa PBC berpengaruh positif terhadap *entrepreneurial intention*. Artinya, seseorang yang mempunyai keyakinan dan kepercayaan diri yang tinggi akan mempengaruhi niat untuk berwirausaha. Seseorang yang percaya diri dengan kemampuannya atau merasa mampu untuk menjadi seorang wirausahawan akan memunculkan niat wirausaha yang tinggi. Sebaliknya, jika seseorang tidak mempunyai kepercayaan diri atas kemampuan yang dimilikinya maka orang tersebut akan ragu untuk menjadi seorang wirausahawan.

Efek moderasi entrepreneurship education

Hasil pengujian dari efek moderasi *entrepreneurship education* ditunjukkan pada Tabel 6. Berdasar hasil pengujian efek moderasi pada tabel kita dapat menyimpulkan bahwa pengaruh efek moderasi *entrepreneurship education* berbeda antara responden yang pernah mengikuti dan responden yang belum pernah mengikuti *entrepreneurship education*.

Berdasar Tabel 6, adanya pengaruh moderasi *entrepreneurship education* secara parsial. Semua nilai beta atau *estimate* berbeda menunjukkan adanya perbedaan pengaruh antara bagian responden yang pernah mengikuti *entrepreneurship education* dan belum pernah mengikuti. Pada umumnya pengaruh lebih kuat bagi responden yang sudah pernah mengikuti *entrepreneurship education*.

Pertama, pengaruh *creativity* pada *attitude toward entrepreneurship* lebih kuat bagi responden yang belum pernah mengikuti *entrepreneurship education* ($\beta = 0,658 > \beta = 0,384$). *Attitude* merupakan bawaan seseorang, orang yang belum pernah mengenyam pendidikan kewirausahaan bisa mempunyai pikiran yang lebih luas daripada orang yang pernah mengikutinya. Selain itu, hal ini disebabkan oleh perkembangan teknologi memunculkan berbagai platform digital yang mudah diakses untuk khalayak umum. Media sosial yang dapat diakses oleh semua kalangan secara tidak langsung sering menampilkan konten yang terkait dengan wirausaha. Seseorang yang belum pernah sama sekali mengenyam pendidikan kewirausahaan seperti sekolah, seminar, kursus dan lainnya, secara tidak sengaja juga mendapatkan ilmu dari platform sosial tersebut. Akibatnya, seorang yang mempunyai jiwa yang kreatif akan mempunyai wawasan yang tidak

kalah luas dibandingkan orang yang sering mengikuti pendidikan kewirausahaan sehingga persepsi mereka mengenai kewirausahaan bisa lebih positif. Dalam pendidikan kewirausahaan, kualitas pendidikan yang diberikan berbeda-beda sehingga seseorang yang mendapatkan pendidikan kewirausahaan pikirannya tidak bebas malah akan di *frame* sehingga pengaruh *creativity* pada *attitude toward entrepreneurship* akan menurun untuk responden yang pernah mendapatkan *entrepreneurship education*.

Kedua, pengaruh *creativity* pada *subjective norm* menunjukkan bahwa responden yang telah mengikuti *entrepreneurship education* mempunyai pengaruh yang lebih kuat dibandingkan dengan responden yang belum pernah mengikuti ($\beta = 0,637 > \beta = 0,597$). Hal ini terjadi karena pendidikan kewirausahaan akan mendorong orang yang kreatif semakin yakin dengan norma subyektif yang diyakini. Ilmu-ilmu yang didapatkan memperkuat keyakinan mereka terhadap kewirausahaan sehingga apapun apapun yang dikatakan oleh orang sekitar tidak serta merta dapat mempengaruhi keyakinan yang mereka miliki.

Ketiga, pengaruh *creativity* pada *perceived behavioral control* menunjukkan bahwa responden yang pernah mengikuti *entrepreneurship education* mempunyai pengaruh yang lebih kuat dibandingkan dengan responden yang belum pernah mengikuti dapat dilihat dari nilai ($\beta = 0,978 > \beta = 0,553$). Pendidikan memberikan kepercayaan diri kepada setiap individu yang mengikutinya. Pengetahuan dan skill yang didapatkan melalui pendidikan kewirausahaan lebih dapat meningkatkan kepercayaan diri mereka untuk menjadi seorang wirausahawan. Meskipun kreativitas dimiliki semua orang, namun mereka yang mengenyam

Tabel 6
Hasil Pengujian Moderasi

	Pernah		Belum Pernah	
	<i>Estimate</i>	P Values	<i>Estimate</i>	P Values
C → AT	0,384	0,007	0,658	<0,01
C → SN	0,637	<0,01	0,597	<0,01
C → PBC	0,978	<0,01	0,553	<0,01
AT → EI	1,496	0,002	0,646	<0,01
SN → EI	-0,005	0,961	0,030	0,744
PBC → EI	0,424	<0,01	0,249	0,180

pendidikan kewirausahaan akan lebih dapat mengolah dan mengasah kemampuan dan kreativitasnya.

Keempat, pengaruh *attitude toward entrepreneurship* pada *entrepreneurial intention* menunjukkan bahwa responden yang telah mengikuti *entrepreneurship education* mempunyai pengaruh yang lebih kuat dibandingkan dengan responden yang belum pernah mengikuti ($\beta = 1,496 > \beta = 0,646$). Temuan ini menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan dapat lebih mendorong seseorang untuk mempunyai ketertarikan dan niat berwirausaha. Artinya, seseorang yang mempunyai sikap dan persepsi yang positif terhadap kewirausahaan akan lebih terdorong untuk menjadi seorang wirausaha apabila mereka mengikuti pendidikan kewirausahaan dibandingkan seseorang yang belum pernah mengikutinya.

Selanjutnya, terdapat persamaan hasil pengaruh *subjective norm* pada *entrepreneurial intention* untuk responden yang pernah dan belum pernah mengikuti pendidikan kewirausahaan ($\beta = -0,005$; $\beta = 0,030$). yaitu *entrepreneurship education* tidak memoderasi hubungan *subjective norm* dan *entrepreneurial intention*. Dapat disimpulkan bahwa, pendidikan kewirausahaan tidak serta merta dapat membuat lingkungan sekitar berpihak dan mendukung kita untuk menjadi seorang wirausaha. Menurut peneliti, *entrepreneurship education* merupakan faktor internal yang hanya kita yang merasakan dampaknya, sedangkan *subjective norm* bersumber dari pemikiran orang lain yang dapat mempengaruhi pemikiran kita, artinya, persepsi kita tentang dukungan orang sekitar tidak tergantung dari seberapa sering kita mengikuti pendidikan kewirausahaan.

Terakhir, pengaruh *perceived behavioral control* pada *entrepreneurship intention* menunjukkan bahwa responden yang telah mengikuti *entrepreneurship education* mempunyai pengaruh yang lebih kuat dibandingkan dengan responden yang belum pernah mengikuti ($\beta = 0,424 > \beta = 0,246$). Dapat disimpulkan bahwa pendidikan kewirausahaan meningkatkan kepercayaan diri seseorang. Mereka akan lebih yakin dengan kemampuannya ketika sudah mengikuti pendidikan kewirausahaan. Keyakinan dan kepercayaan diri atas kemampuan yang dimiliki mendorongnya mempunyai niat menjadi seorang wirausaha.

Secara keseluruhan, hasil pengujian efek moderasi *entrepreneurship education* menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan sangat dianjurkan untuk

diberikan kepada masyarakat agar *entrepreneurial intention* dapat terjaga sehingga potensi untuk munculnya wirausahawan yang baru akan selalu ada. Pendidikan kewirausahaan secara formal maupun informal seperti sekolah, seminar, kursus dan lainnya masih sangat dibutuhkan.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Creativity berpengaruh positif pada *attitude toward entrepreneurship*, *subjective norm*, *perceived behavioral control*. Artinya, orang yang kreatif akan mempunyai persepsi yang positif tentang kewirausahaan, orang yang kreatif akan mempunyai norma subjektif yang positif mengenai kewirausahaan, serta orang yang kreatif akan mempunyai kepercayaan diri atas kemampuannya dalam konteks berwirausaha. engan demikian, hipotesis pertama, kedua dan ketiga terdukung.

Sesuai dengan teori TPB, *attitude* dan *perceived behavioral control* berpengaruh positif pada *entrepreneurial intention*. Akan tetapi, variabel *subjective norm* tidak mempunyai pengaruh yang signifikan pada *entrepreneurial intention*. Hal ini dikarenakan, seluruh responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini mempunyai karakter yang sama, yaitu menjunjung nilai kolektif sesuai dengan budaya orang timur atau Asia sehingga mereka cenderung akan mengabaikan norma subjektif ketika akan menjadi seorang wirausahawan. *Entrepreneurship education* memoderasi secara positif hubungan antara *creativity*, *attitude*, *subjective norm*, *perceived behavioral control* dan *entrepreneurial intention*. Artinya, pendidikan kewirausahaan berperan penting dalam menciptakan *entrepreneurial intention*. Pemberian bekal ilmu pengetahuan serta ketrampilan kewirausahaan akan dapat mendorong orang lebih mempunyai niat untuk berwirausaha.

Dengan data responden yang pernah mengikuti *entrepreneurship education*, efek memoderasi yang dihasilkan pada hubungan antara *creativity*, *attitude*, *subjective norm*, *perceived behavioral control* dan *entrepreneurial intention* secara keseluruhan lebih besar untuk responden yang pernah mengikuti pendidikan kewirausahaan dibandingkan dengan responden yang belum pernah mengikuti pendidikan kewirausahaan. Hasil ini menunjukkan bahwa, pemberian edukasi kewirausahaan melalui sekolah, seminar maupun kursus

dapat lebih meningkatkan ketertarikan dan niat orang untuk berwirausaha dibandingkan orang tersebut tidak pernah menjalani pendidikan kewirausahaan.

Saran

Terbatasnya jumlah responden untuk kategori responden yang belum pernah mendapatkan pendidikan kewirausahaan. Mayoritas masyarakat dengan usia produktif khususnya yang bertempat tinggal didaerah perkotaan rata-rata sudah pernah mendapatkan pendidikan kewirausahaan. Sehingga jumlah responden untuk kategori responden yang pernah dan belum pernah mengikuti pendidikan kewirausahaan tidak seimbang sehingga perbandingan yang dihasilkan dalam pengujian terbilang kurang akurat. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas sampel responden yang digunakan, dengan mencari data responden yang pernah mengikuti dan belum pernah mengikuti pendidikan kewirausahaan secara seimbang sehingga hasil pengujian lebih baik. Selain itu, penelitian selanjutnya diharapkan memperluas penyebaran kuesioner secara geografis (desa dan kota) sehingga lebih relevan dengan fakta lapangan.

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat meneliti variabel *entrepreneurship education* lebih dalam, dengan membandingkan efek setiap jenis *entrepreneurship education*, seperti sekolah/kampus, seminar, kursus dan bahkan pembelajaran informal yang didapatkan dimedia sosial. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel lain seperti personality individu (*risk averse/risk taker*) sehingga hasil penelitian lebih mencerminkan keadaan seorang individu.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. 1991. The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Al Mamun, A., & Fazal, S. A. 2018. Effect of Entrepreneurial Orientation on Competency and Micro-enterprise Performance. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 12(3), 379–398.
- Alain, F., Gailly, B., & Lassas-Clerc, N. 2006. Effect and Counter-Effect of Entrepreneurship Education and Social Context on Student's Intentions. *Estudios de Economía Aplicada, ISSN 1697-5731, Vol. 24, Nº 2, 2006 (Ejemplar Dedicado a: Empresarialidad)*, Pags. 509-524, 24.
- Baron, R. 2004. The Cognitive Perspective: A Valuable Tool for Answering Entrepreneurship's Basic "Why" Questions. *Journal of Business Venturing*, 19, 221–239.
- Bernard, M.-J., & Barbosa, S. D. 2016. Resilience and Entrepreneurship: A Dynamic and Biographical Approach to the Entrepreneurial Act. *M@n@gement*, 19(2), 89–123.
- Biraglia, A., & Kadile, V. 2016. The Role of Entrepreneurial Passion and Creativity in Developing Entrepreneurial Intentions: Insights from American Homebrewers: *Journal of Small Business Management. Journal of Small Business Management*, 55.
- Boyd, N. G., & Vozikis, G. S. 1994. The Influence of Self-Efficacy on the Development of Entrepreneurial Intentions and Actions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(4), 63–77.
- Cardon, M. S., Gregoire, D. A., Stevens, C. E., & P. C. Patel. 2013. "Measuring Entrepreneurial Passion: Conceptual Foundations And Scale Validation." *Journal of Business Venturing*, 28(3), 373-396.
- Chen, C. C., Greene, P. G., & Crick, A. 1998. Does Entrepreneurial Self-efficacy Distinguish Entrepreneurs from Managers? *Journal of Business Venturing*, 13(4), 295–316.
- Ernst, K. K. (2011). Heart Over Mind – An Empirical Analysis of Social Entrepreneurial Intention Formation on the Basis of the Theory of Planned Behaviour.
- Feldman, D., & Bolino, M. 2000. Career Patterns of the Self-Employed: Career Motivations and Career Outcomes. *Journal of Small Business Management*, 38.

- Ghulam, N. 2008. Graduate Entrepreneurship: Intentions, Education and Training. *Education + Training*, 50(7), 545–551.
- González-López, María Carmen Pérez-López, and Lázaro Rodríguez-Ariza. 2019. Clearing the Hurdles in the Entrepreneurial Race: The Role of Resilience in Entrepreneurship Education. *AMLE*, 18, 457–483.
- Gorman, G., Hanlon, D., & King, W. 2007. Perspectives on Entrepreneurship Education, 56(June).
- Gurel, E., Altinay, L., & Daniele, R. 2010. Tourism Students' Entrepreneurial Intentions. *Annals of Tourism Research*, 37(3), 646–669.
- Habeeb, S., & Ahmad, N. 2018. Impact of 'Fund of Funds' and Other Initiatives in Building Entrepreneurial Economy of Emerging India: A Comparison with China.
- Hair, J. F. 2010. *Multivariate Data Analysis*. Pearson College Division.
- Hair, J. F. J., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. 2009. *Multivariate Data Analysis A Global Perspective (Seventh)*. Pearson.
- Hedner, T., Abouzeedan, A., & Klofsten, M. 2011. Entrepreneurial Resilience. *Annals of Innovation & Entrepreneurship*, 2(1), 7986.
- Hunter, S. T., Bedell, K. E., & Mumford, M. D. 2007. Climate for Creativity: A Quantitative Review. *Creativity Research Journal*, 19(1), 69–90.
- Kolvereid, L. 1996. Prediction of Employment Status Choice Intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 21(1), 47–58.
- Krueger, N., & Brazeal, D. 1994. Entrepreneurial Potential & Potential Entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18.
- Krueger, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. 2000. Competing Models of Entrepreneurial Intentions. *Journal of Business Venturing*, 15(5), 411–432.
- Kuratko, D. 2005. The Emergence of Entrepreneurship Education: Development, Trends, and Challenges. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29, 577–598.
- Li, Y., Liu, Y., Duan, Y., & Li, M. 2008. Entrepreneurial Orientation, Strategic Flexibilities and Indigenous Firm Innovation in Transitional China. *International Journal of Technology Management - Int J Technol Manage*, 41.
- Liñán, F., & Alain, F. 2015. *A Systematic Literature Review on Entrepreneurial Intention: 409 Papers List*.
- Liñán, Francisco & Chen, Yi-Wen. 2009. Development and Cross-Cultural Application of A Specific Instrument to Measure Entrepreneurial Intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 33. 593 - 617.
- Moriano, J., Gorgievski, M., Laguna, M., Stephan, U., & Zarafshani, K. 2012. A Cross-Cultural Approach to Understanding Entrepreneurial Intention. *Journal of Career Development*, 39, 162–185.
- Plucker, J., Beghetto, R., & Dow, G. 2004. Why Isn't Creativity More Important to Educational Psychologists? Potentials, Pitfalls, and Future Directions in Creativity Research. *Educational Psychologist*, 39, 83–96.
- Rauch, A., & Hulsink, W. 2015. Putting Entrepreneurship Education Where the Intention to Act Lies: An Investigation Into the Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Behavior. *Academy of Management Learning and Education*, The, 14, 187–204.
- Robinson, P., & Sexton, E. 1994. The Effect of Education and Experience on Self-employment Success. *Journal of Business Venturing*, 9, 141–156.
- Sesen, H. 2013. Personality or Environment? A comprehensive Study on the Entrepreneurial Intentions of University Students. *Education + Training*, 55(7), 624–640.

- Sharma, K., Saini, A. L., Nawab, Singh., Ogra, J. L., 1998. Feeding Behaviour and Forage Nutrient Utilization by Goats on a Semi-arid Reconstituted Silviculture. *Asian-Aust. J. Anim. Sci.*, 11 (4): 344-350.
- Solesvik, M., Westhead, P., & Matlay, H. 2014. Cultural Factors and Entrepreneurial Intention: The Role of Entrepreneurship Education. *Education and Training*, 56, 680-696.
- Souitaris, V., Zerbinati, S., & Al-Laham, A. 2007. Do Entrepreneurship Programmes Raise Entrepreneurial Intention of Science and Engineering Students? The Effect of Learning, Inspiration and Resources. *Journal of Business Venturing*, 22, 566-591.
- Sternberg, R. 2004. Culture and Intelligence. *The American Psychologist*, 59, 325-338.
- Teng, B.-S. 2007. Corporate Entrepreneurship Activities Through Strategic Alliances: A Resource-Based Approach Toward Competitive Advantage*. *Journal of Management Studies*, 44(1), 119-142.
- Tiwari, P., Bhat, A., & Tikoria, J. 2017. An Empirical Analysis of the Factors Affecting Social Entrepreneurial Intentions. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 7.
- Veciana, J., Aponte, M., & Urbano, D. 2005. University Students' Attitudes Towards Entrepreneurship: A Two Countries Comparison. *The International Entrepreneurship and Management Journal*, 1, 165-182.
- Vesalainen, J., & Pihkala, T. 1999. *Motivation Structure and Entrepreneurial Intentions*.
- Yang, Y., & Danes, S. 2015. Resiliency and Resilience Process of Entrepreneurs in New Venture Creation. *Entrepreneurship Research Journal*, 5, 1-30.
- Yar Hamidi, D., Wennberg, K., & Berglund, H. 2008. Creativity in Entrepreneurship Education. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 15.
- Yordanova, D., & Tarrazon, M.A. 2010. Gender Differences in Entrepreneurial Intentions: Evidence from Bulgaria. *Journal of Developmental Entrepreneurship (JDE)*, 15, 245-261.
- Zahra, S., Korri, J., & Yu, J. 2005. Cognition and International Entrepreneurship: Implications for Research on International Opportunity Recognition and Exploitation. *International Business Review*, 14, 129-146.
- Zampetakis, L., Gotsi, M., Andriopoulos, C., Moustakis, V., & Vassilis. 2011. Creativity and Entrepreneurial Intention in Young People Empirical Insights from Business School Students. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 12, 189-199.