

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI INTENSI
BERWIRAUSAHA KEDAI KOPI DI KOTA MALANG**

SKRIPSI

Oleh:
NAUVAL FIKRI



**UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS PERTANIAN
MALANG
2018**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUIH INTENSI
BERWIRAUSAHA KEDAI KOPI DI KOTA MALANG**

Oleh:
NAUVAL FIKRI
135040100111161

PROGRAM STUDI AGRIBISNIS

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana Pertanian Strata Satu (S-1)**

**UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS PERTANIAN
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
MALANG
2018**

PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa segala pernyataan dalam skripsi ini merupakan hasil penelitian saya sendiri, dengan bimbingan pembimbing. Skripsi ini tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di perguruan tinggi manapun dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali dengan jelas ditunjukkan rujukannya dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Malang, 30 September 2018

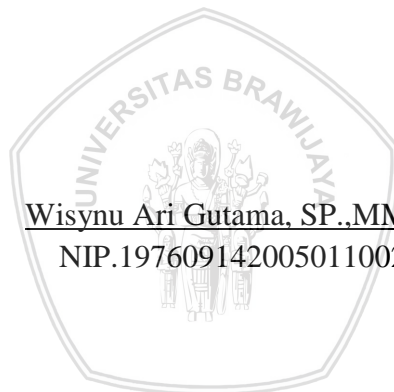
Nauval Fikri



LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Penelitian : Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Intensi Berwirausaha
Kedai Kopi di Kota Malang
Nama : Nauval Fikri
NIM : 135040100111161
Jurusan : Sosial Ekonomi Pertanian
Program Studi : Agribisnis

Disetujui Oleh :
Dosen Pembimbing,



Wisynu Ari Gutama, SP.,MMA.
NIP.197609142005011002

Mengetahui,
Ketua Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian,

Mangku Purnomo, SP., M.Si., Ph.D.
NIP.197704202005011001

Tanggal Persetujuan:

LEMBAR PENGESAHAN

Mengesahkan

MAJELIS PENGUJI

repository.b.ac.id

Penguji I

Penguji II

Bayu Adi Kusuma, SP., M.BA
NIP. 19810728 200501 1005

Medea Rahmadhani U., SP., M.Si
NIK. 20160990033 1 1001



Penguji III

UNIVERSITAS
BRAWIJAYA

Wisynu Ari Gutama, SP., MMA
NIP.197609142005011002

Tanggal Lulus:

repository.ub.ac.id

LAMPIRAN

UNIVERSITAS
BRAWIJAYA



Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN**1. Umum**

Kuesioner ini digunakan sebagai data untuk Skripsi dengan judul “Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Intensi Berwirausaha Kedai Kopi Di Kota Malang” dengan lokasi penelitian di Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur, yang dilakukan oleh Nauval Fikri (135040100111161) selaku mahasiswa Fakultas Pertanian, Universitas Brawijaya, Malang. Maka diharapkan kepada Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi atau menjawab pertanyaan yang sudah dibuat dan diajukan oleh peneliti dengan lengkap, benar dan tulus, sehingga dapat tercapai hasil yang akurat. Pertanyaan yang akan diajukan adalah terkait data diri responden serta pertanyaan terkait intensi atau niat berwirausaha kedai kopi dari responden. Informasi yang diperoleh dari responden adalah bersifat rahasia dan hanya digunakan untuk kepentingan akademis. Demikian peneliti ucapkan terimakasih atas kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi dan/atau menjawab pertanyaan di kuesioner ini.

2. Petunjuk pengisian

Mohon di beri tanda checklist (\checkmark) pada kolom jawaban Bapak/Ibu/Saudara/i yang dianggap paling sesuai. Pilihlah jawaban yang tersedia dan memiliki makna sebagai berikut:

- 1 : Sangat Tidak Setuju
- 2 : Tidak Setuju
- 3 : Ragu-ragu
- 4 : Setuju
- 5 : Sangat Setuju

Terima kasih atas partisipasi Bapak/Ibu yang telah membantu mengisi angket ini.

3. Pertanyaan

A. Data Pribadi

1. Nama :
2. Jenis kelamin : Pria Wanita
3. Umur :
4. Nama toko/usaha :
5. Alamat toko/usaha :

B. Sikap pribadi

7. Tentukan tingkat persetujuan anda tentang pernyataan-pernyataan berikut ini !

	1	2	3	4	5
• Saya memulai usaha tersebut karena saya memiliki sumberdaya yang dibutuhkan untuk memulainya	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Berkarir sebagai pengusaha kopi menarik untuk saya	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Menjadi seorang pengusaha kopi memberikan lebih banyak keuntungan dibanding kerugian untuk saya	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Diantara berbagai pilihan bidang usaha, saya lebih memilih usaha kedai kopi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

C. Norma sosial

8. Saat anda memutuskan untuk memulai usaha ini, apakah orang-orang di lingkungan dekat anda menyetujui keputusan tersebut?

• Keluarga dekat anda	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Teman-teman anda	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Rekan-rekan anda	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

9. Tentukan tingkat persetujuan anda terhadap pernyataan-pernyataan berikut ini !

• Kegiatan berbisnis sesuai dengan budaya didaerah saya	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Peran pengusaha dalam bidang ekonomi didaerah saya dikenal	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

- Banyak orang yang ingin menjadi pengusaha
- Kegiatan berwirausaha memiliki banyak keuntungan

D. Kecakapan kewirausahaan (*Perceived Behavior Control*)

10. Tentukan tingkat persetujuan anda tentang pernyataan-pernyataan berikut ini !

- Memulai sebuah bisnis serta membuatnya tetap berjalan bagi saya sangat mudah
- Saya mengerti untuk membuat bisnis ini agar bisa berkembang
- Saya telah bersiap terhadap semua kemungkinan yang akan terjadi saat memulai bisnis ini

E. Intensi kewirausahaan

11. Apakah berwirausaha kedai kopi merupakan tujuan anda dalam memulai kegiatan wirausaha? Ya Tidak

12. Tentukan tingkat persetujuan anda terhadap pernyataan-pernyataan berikut ini !

- Saya siap melakukan apa saja untuk menjadi pengusaha
- Saya memiliki intensi/niat untuk melakukan usaha kedai kopi ini
- Saya akan melakukan berbagai upaya untuk mempertahankan bisnis kedai kopi ini

27	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4
28	3	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
29	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
30	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3

repository.ub.ac.id



UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Lampiran 3. Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)
INDICATOR REABILITY-LOADING FACTOR

WarpPLS 6.0 - Indicator loadings and cross-loadings: View combined loadings and cross-loadings

	PA	SN	PBC	EI	Type (as defined)	SE	P value
x_1.1	(0.965)	-0.050	0.040	0.018	Reflective	0.144	<0.001
x_1.2	(0.937)	0.064	-0.155	0.088	Reflective	0.185	<0.001
x_1.3	(0.939)	-0.041	0.185	-0.091	Reflective	0.153	<0.001
x_1.4	(0.952)	0.049	-0.121	-0.007	Reflective	0.185	<0.001
x_2.1	0.021	(0.996)	-0.014	-0.011	Reflective	0.103	<0.001
x_2.2	0.021	(0.996)	-0.014	-0.011	Reflective	0.103	<0.001
x_2.3	-0.041	(0.983)	0.027	0.021	Reflective	0.110	<0.001
x_2.4	0.021	(0.996)	-0.014	-0.011	Reflective	0.103	<0.001
x_2.5	-0.041	(0.983)	0.027	0.021	Reflective	0.110	<0.001
x_2.6	0.021	(0.996)	-0.014	-0.011	Reflective	0.103	<0.001
x_2.7	0.021	(0.996)	-0.014	-0.011	Reflective	0.103	<0.001
x_3.1	-0.054	-0.065	(0.983)	0.085	Reflective	0.108	<0.001
x_3.2	0.027	-0.022	(0.944)	-0.110	Reflective	0.110	<0.001
x_3.3	0.032	0.090	(0.966)	0.010	Reflective	0.131	<0.001
y_1.1	0.140	0.115	0.197	(0.952)	Reflective	0.112	<0.001
y_1.2	-0.139	-0.154	-0.378	(0.802)	Reflective	0.171	<0.001
y_1.3	-0.219	-0.117	-0.296	(0.884)	Reflective	0.156	<0.001

Notes: Loadings are unrotated and cross-loadings are oblique-rotated. SEs and P values are for loadings. P values < 0.05 are desirable for reflective indicators.

INTERNAL CONSISTENCY RELIABILITY-COMPOSITE RELIABILITY

WarpPLS 6.0 - Latent variable coefficients

	PA	SN	PBC	EI
R-squared				0.544
Adj. R-squared				0.492
Composite reliab.	0.973	0.998	0.976	0.945
Cronbach's alpha	0.963	0.997	0.962	0.924
Avg. var. extrac.	0.899	0.984	0.930	0.811
Full collin. VIF	1.178	1.070	2.028	2.195
Q-squared				0.559
Min	-2.233	-2.028	-2.538	-1.500
Max	2.286	1.040	1.245	0.898
Median	0.063	-0.494	-0.647	0.898
Mode	0.779	-0.494	-0.647	0.898
Skewness	-0.285	-0.458	-0.041	-0.247
Exc. kurtosis	0.023	-0.657	-0.558	-1.846
Unimodal-RS	Yes	Yes	Yes	No
Unimodal-KMV	Yes	Yes	Yes	No
Normal-JB	Yes	Yes	Yes	Yes
Normal-RJB	Yes	Yes	Yes	Yes
Histogram	View	View	View	View

Notes: Unimodal-RS = Rohatgi-Szekely test of unimodality; Unimodal-KMV = Klaassen-Mokveld-van Es test of unimodality; Normal-JB = Jarque-Bera test of normality; Normal-RJB = robust Jarque-Bera test of normality; click on "View" cell to see corresponding histogram.

CONVERGENT VALIDITY-AVERAGE VARIANCE EXTRACTED AVE

WarpPLS 6.0 - Latent variable coefficients

	PA	SN	PBC	EI
R-squared				0.544
Adj. R-squared				0.492
Composite reliab.	0.973	0.998	0.976	0.945
Cronbach's alpha	0.963	0.997	0.962	0.924
Avg. var. extrac.	0.899	0.984	0.930	0.811
Full collin. VIF	1.178	1.070	2.028	2.195
Q-squared				0.559
Min	-2.233	-2.028	-2.538	-1.500
Max	2.286	1.040	1.245	0.898
Median	0.063	-0.494	-0.647	0.898
Mode	0.779	-0.494	-0.647	0.898
Skewness	-0.285	-0.458	-0.041	-0.247
Exc. kurtosis	0.023	-0.657	-0.558	-1.846
Unimodal-RS	Yes	Yes	Yes	No
Unimodal-KMV	Yes	Yes	Yes	No
Normal-JB	Yes	Yes	Yes	Yes
Normal-RJB	Yes	Yes	Yes	Yes
Histogram	View	View	View	View

Notes: Unimodal-RS = Rohatgi-Szekely test of unimodality; Unimodal-KMV = Klaassen-Mokveld-van Es test of unimodality; Normal-JB = Jarque-Bera test of normality; Normal-RJB = robust Jarque-Bera test of normality; click on "View" cell to see corresponding histogram.

DISCRIMINAT VALIDITY-AKAR KUADRAT AVE >KORELASI ANTAR KONSTRUK

WarpPLS 6.0 - Correlations among latent variables and errors: View correlations among latent variables with sq. rts. of AVEs

Close Help

Correlations among l.vs. with sq. rts. of AVEs

	PA	SN	PBC	EI
PA	(0.948)	-0.057	0.183	0.363
SN	-0.057	(0.992)	0.234	0.155
PBC	0.183	0.234	(0.965)	0.698
EI	0.363	0.155	0.698	(0.900)

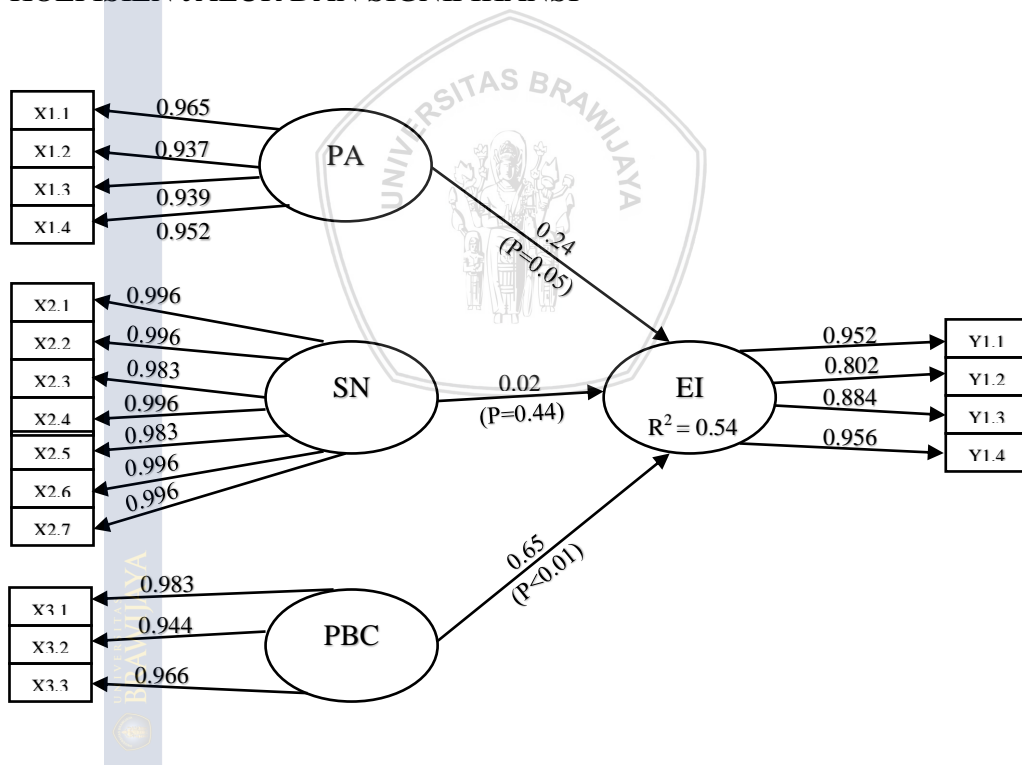
Note: Square roots of average variances extracted (AVEs) shown on diagonal.

P values for correlations

	PA	SN	PBC	EI
PA	1.000	0.763	0.333	0.049
SN	0.763	1.000	0.213	0.415
PBC	0.333	0.213	1.000	<0.001
EI	0.049	0.415	<0.001	1.000

EVALUASI MODEL STRUKTUR (INNER MODEL)

KOEFISIEN JALUR DAN SIGNIFIKANSI



WarpPLS 6.0 - Path coefficients and P values

Close Help

Path coefficients

	PA	SN	PBC	EI
PA				
SN				
PBC				
EI	0.245	0.017	0.649	

P values

	PA	SN	PBC	EI
PA				
SN				
PBC				
EI	0.050	0.444	<0.001	

R-SQUARE, FULL.COLLIN, Q-SQUARE DAN EFFECT SIZE

WarpPLS 6.0 - Latent variable coefficients

Close Help

	PA	SN	PBC	EI
R-squared				0.544
Adj. R-squared				0.492
Composite reliab.	0.973	0.998	0.975	0.945
Cronbach's alpha	0.963	0.997	0.962	0.924
Avg. var. extrac.	0.899	0.984	0.930	0.811
Full collin. VIF	1.178	1.070	2.028	2.195
Q-squared				0.559
Min	-2.233	-2.028	-2.538	-1.500
Max	2.286	1.040	1.245	0.898
Median	0.063	-0.494	-0.647	0.898
Mode	0.779	-0.494	-0.647	0.898
Skewness	-0.285	-0.458	-0.041	-0.247
Exc. kurtosis	0.023	-0.657	-0.558	-1.846
Unimodal-RS	Yes	Yes	Yes	No
Unimodal-KMV	Yes	Yes	Yes	No
Normal-JB	Yes	Yes	Yes	Yes
Normal-RJB	Yes	Yes	Yes	Yes
Histogram	View	View	View	View

Notes: Unimodal-RS = Rohatgi-Székely test of unimodality; Unimodal-KMV = Klaassen-Mokveld-van Es test of unimodality; Normal-JB = Jarque-Bera test of normality; Normal-RJB = robust Jarque-Bera test of normality; click on "View" cell to see corresponding histogram.

WarpPLS 6.0 - Standard errors and effect sizes for path coefficients

Close Help

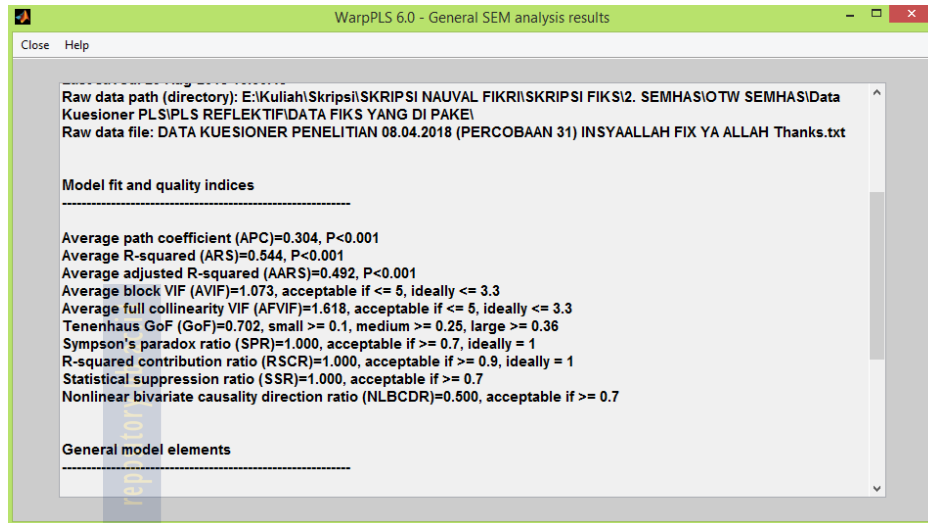
Standard errors for path coefficients

	PA	SN	PBC	EI
PA				
SN				
PBC				
EI	0.144	0.117	0.110	

Effect sizes for path coefficients

	PA	SN	PBC	EI
PA				
SN				
PBC				
EI	0.089	0.003	0.453	

GOODNESS OF FIT (GoF)



WarpPLS 6.0 - General SEM analysis results

Close Help

Raw data path (directory): E:\Kuliah\Skripsi\SKRIPSI NAUVAL FIKRI\SKRIPSI FIKS\2. SEMHASIOTW SEMHASIData
Kuesioner PLS\PLS REFLEKTIF\DATA FIKS YANG DI PAKE\
Raw data file: DATA KUESIONER PENELITIAN 08.04.2018 (PERCOBAAN 31) INSYAALLAH FIX YA ALLAH Thanks.txt

Model fit and quality indices

Average path coefficient (APC)=0.304, P<0.001
Average R-squared (ARS)=0.544, P<0.001
Average adjusted R-squared (AARS)=0.492, P<0.001
Average block VIF (AVIF)=1.073, acceptable if ≤ 5 , ideally ≤ 3.3
Average full collinearity VIF (AFVIF)=1.618, acceptable if ≤ 5 , ideally ≤ 3.3
Tenenhaus GoF (GoF)=0.702, small ≥ 0.1 , medium ≥ 0.25 , large ≥ 0.36
Simpson's paradox ratio (SPR)=1.000, acceptable if ≥ 0.7 , ideally = 1
R-squared contribution ratio (RSCR)=1.000, acceptable if ≥ 0.9 , ideally = 1
Statistical suppression ratio (SSR)=1.000, acceptable if ≥ 0.7
Nonlinear bivariate causality direction ratio (NLBCDR)=0.500, acceptable if ≥ 0.7

General model elements



RINGKASAN

Nauval Fikri. 135040100111161. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Intensi Berwirausaha Kedai Kopi di Kota Malang. Di bawah bimbingan Wisynu Ari Gutama, SP., MMA.

Topik mengenai kewirausahaan selalu menarik untuk dikaji karena sifatnya yang dinamis dan terkait dengan banyak faktor. Berbagai macam bidang usaha yang saat ini sedang mengalami perkembangan, kedai kopi merupakan salah satunya. Hal ini terlihat dari banyaknya bermunculan kedai kopi diberbagai kota. Saat ini popularitas kopi semakin meningkat, bahkan sudah menjadi sebuah gaya hidup semua kalangan. Hal ini menjadi penyebab bermunculannya kedai kopi dari yang sederhana hingga kafe mewah.

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur dengan responden adalah pemilik atau pengelola usaha kedai kopi sebanyak 30 orang. Penentuan sampel tersebut dilakukan dengan metode *non-probability sampling* dengan jenis *sampling purposive*. Teknik analisis data yang digunakan ialah analisis statistic deskriptif dan analisis SEM-PLS.

Hasil penelitian mendapati bahwa *Personal Attitude* berpengaruh secara signifikan terhadap *Entrepreneurial Intentions* karena minat adalah sumber motivasi seseorang untuk melakukan apa yang ingin dilakukan bila seseorang bebas memilih. Dorongan tersebutlah yang membuat seseorang bisa memiliki intensi berwirausaha kedai kopi. *Social Norm* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *Entrepreneurial Intentions* karena lingkungan dari orang terdekat yang tidak memiliki latar belakang atau pengetahuan mengenai kegiatan wirausaha dan pengolahan kopi sehingga membuat pandangan responden terbatas dengan saran atau masukan yang diberikan orang-orang tersebut sebagai bahan pertimbangan dalam menjalankan kegiatan wirausaha kedai kopi. *Perceived Behavioral Control* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Entrepreneurial Intentions* karena tingkat kepercayaan diri dan kematangan mental seseorang berbanding lurus dengan tinggi rendahnya niat berwirausaha yang dimiliki oleh setiap individu.

Kata kunci: Intensi Kewirausahaan (*Entrepreneurial Intentions*), SEM-PLS.

SUMMARY

Nauval Fikri. 135040100111161. Factors Affecting the Entrepreneurial Intention of Coffee Shops in Malang City. Under the guidance of Wisynu Ari Gutama, SP., MMA.

The topic of entrepreneurship is always interesting to study because it is dynamic and is related to many factors. Various types of business fields that are currently undergoing development, coffee shops are one of them. This can be seen from the number of coffee shops sprung up in various cities. At present the popularity of coffee is increasing, it has even become a lifestyle for all circles. This is the reason for the appearance of coffee shops from simple to fancy cafes.

This research was conducted in Lowokwaru Subdistrict, Malang City, East Java with respondents being the owner or manager of a coffee shop business of 30 people. Determination of the sample is done by non-probability sampling method with a type of purposive sampling. The data analysis technique used is descriptive statistical analysis and SEM-PLS analysis.

The results of the study found that Personal Attitude has a significant effect on Entrepreneurial Intentions because interest is a source of motivation for someone to do what they want to do if someone is free to choose. It is this encouragement that makes a person have the entrepreneurial intention of a coffee shop. Social Norm does not have a significant effect on Entrepreneurial Intentions because the environment of the closest people who do not have background or knowledge about entrepreneurial activities and coffee processing makes the views of the respondents limited by the suggestions or input given by these people as considerations in running store entrepreneurship activities coffee. Perceived Behavioral Control has a significant influence on Entrepreneurial Intentions because the level of confidence and mental maturity of a person is directly proportional to the high and low intention of entrepreneurship that is owned by each individual.

Keywords: Entrepreneurial Intentions, SEM-PLS.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat serta hidayahNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan Judul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Intensi Berwirausaha Kedai Kopi di Kota Malang”. Penelitian ini dilakukan agar penulis dapat mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi intensitas berwirausaha kedai kopi di Kota Malang. Penyusunan skripsi ini dilakukan untuk memenuhi persyaratan dalam meraih gelar S-1.

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada pihak yang telah membantu dalam penulisan hasil skripsi, baik dalam saran, kritikan, dorongan dan motivasi sehingga dapat menyelesaikan skripsi. Penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Ayahanda Drs. M. Zakkir dan Ibunda Aida Maria yang senantiasa memberikan doa dan dukungan motivasi dan materi kepada penulis.
2. Wisnu Ari Gutama, SP., MMA selaku dosen pembimbing.
3. Teman-teman dan sahabat-sahabat PERMASETA terkhusus “PADEPOKAN 2013” yang selalu mendukung, memberikan motivasi, materi dan doa sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa hasil penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk penulisan mendatang yang lebih baik.

Malang, 30 September 2018

Penulis

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Makassar pada tanggal 3 Desember 1995 sebagai putra kedua dari tiga bersaudara dari Bapak Drs. M. Zakkir dan Ibu Aida Maria.

Penulis menempuh pendidikan dasar di SDN 172 Tomoni pada tahun 2001 sampai dengan tahun 2007, kemudian melanjutkan ke SMPN 2 Tomoni pada tahun 2007 dan selesai pada tahun 2010. Pada tahun 2010 sampai tahun 2013 penulis melanjutkan studi di SMAN 1 Mangkutana. Pada tahun 2013 penulis terdaftar sebagai mahasiswa strata-1 Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya, Malang, Jawa Timur, melalui jalur SBMPTN.

Penulis merupakan mahasiswa yang terdaftar sebagai penerima beasiswa Bidikmisi. Selama menjadi mahasiswa, penulis aktif dalam beberapa kegiatan organisasi, kepanitiaan, akademik maupun non-akademik. Penulis merupakan anggota aktif dan tercatat sebagai salah satu Dewan Pengurus Perhimpunan Mahasiswa Sosial Ekonomi Pertanian (PERMASETA) Universitas Brawijaya. Penulis menjadi Staf Departemen Kaderisasi pada periode 2014-2015, kemudian penulis menjadi Ketua Umum PERMASETA pada periode 2015-2016 dan terakhir penulis menjabat sebagai Majelis Permusyawaratan Mahasiswa (MPM) Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya sebagai delegasi dari PERMASETA pada periode 2016-2017. Penulis aktif dalam beberapa kegiatan kepanitiaan antara lain Pendidikan dan Latihan Anggota (PLA) I 2014 sebagai divisi acara, Pendidikan dan Latihan Anggota (PLA) II 2015 sebagai koordinator lapang, Pendidikan dan Latihan Anggota (PLA) I 2016 sebagai *Steering Commite*, dll. Penulis memiliki pengalaman menjadi asisten praktikum mata kuliah Pengantar Ekonomi Pertanian dan Sosiologi Pertanian. Penulis juga merupakan seorang atlet Tae Kwon Do dan pernah meraih medali perak dalam kegiatan Olimpiade Brawijaya 2013.

DAFTAR ISI

RINGKASAN	i
SUMMARY	ii
KATA PENGANTAR	iii
RIWAYAT HIDUP	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Batasan Masalah	3
1.4 Tujuan Penelitian	4
II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu	5
2.2 Intensi Wirausaha	6
2.3 <i>Theory of Planned Behavior</i>	8
2.4 <i>Structural Equating Model</i>	11
III KERANGKA TEORITIS	13
3.1 Kerangka Pemikiran	13
3.2 Hipotesis	15
3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	16
IV METODE PENELITIAN	20
4.1 Pendekatan Penelitian	20
4.2 Penentuan Waktu dan Lokasi Penelitian	20
4.3 Teknik Penentuan Sampel	20
4.4 Teknik Pengumpulan Data	21
4.5 Teknik Analisis Data	21
4.6 Pengujian Hipotesis	27
V HASIL DAN PEMBAHASAN	28
5.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	28
5.2 Gambaran Umum Responden	28
5.3 Analisis Statistik Deskriptif	29
5.4 Evaluasi Model SEM-PLS	30
5.5 Pembahasan	38
VI KESIMPULAN DAN SARAN	40
6.1 Kesimpulan	40
6.2 Saran	40
DAFTAR PUSTAKA	42

DAFTAR TABEL

Nomor	Teks	Halaman
1.	Pengukuran Indikator Variabel	17
2.	Persamaan <i>Outer Model</i>	23
3.	Kriteria Evaluasi model Pengukuran Reflektif	24
4.	Kriteria Evaluasi model pengukuran Formatif	25
5.	Kriteria evaluasi model struktural	26
6.	Rentang Usia Responden	27
7.	Hasil analisis statistik deskriptif	28
8.	<i>Indicator Loading</i> dan <i>Cross Loading</i>	32
9.	Nilai <i>Composite Reliability</i> dan <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	33
10.	Nilai <i>Correlation among latent variable with square roots of AVEs</i>	33
11.	Nilai <i>R-Square</i> , <i>Full collinearity VIF</i> dan <i>Q-Suare</i>	35
12.	Nilai <i>average Path Coefficient (APC)</i> , <i>Average R-Squared (ARS)</i> dan <i>Average block Varaince Inflation Factor (AVIF)</i> dan <i>Goodness of Fit (GoF)</i>	36
13.	Nilai Koefisien Jalur dan P-value	36



DAFTAR GAMBAR

Nomor	Teks	Halaman
1.	Kerangka Berfikir Penelitian.....	13
2.	Model Kontruksi <i>Inner model</i> Penelitian.....	15
3.	Diagram Jalur Penelitian (<i>Inner model</i> dan <i>Outer model</i>)	22
4.	Diagram koefisien jalur dan p-value	34

repository.ub.ac.id



UNIVERSITAS
BRAWIJAYA

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Teks	Halaman
1.	Kuesioner Penelitian.....	44
2.	Hasil Tabulasi Data	47
3.	Evaluasi Pengukuran (<i>Outer model</i>)	49

repository.ub.ac.id



UNIVERSITAS
BRAWIJAYA

I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Topik mengenai kewirausahaan selalu menarik untuk dikaji. Pembahasan tentang jumlah wirausaha di Indonesia saat ini adalah salah satu hal yang menjadi perhatian. McClelland mengemukakan bahwa agar suatu negara menjadi makmur diperlukan sedikitnya 2% dari penduduknya yang menjadi pengusaha. Pendapat ini menjelaskan bahwa adanya pertumbuhan wirausaha akan membawa peningkatan perekonomian bagi suatu Negara. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) menjelaskan bahwa ratio wirausaha di Indonesia telah mencapai angka 3,1% pada tahun 2016. Angka tersebut memang telah lebih dari 2% yang menjadi salah satu syarat minimal masyarakat suatu negara dapat sejahtera. Namun, angka tersebut masih dibawah negara tetangga seperti Malaysia 5%, Singapura 7% dan Jepang 10%. Salah satu faktor yang menyebabkan kurang berkembangnya wirausaha di Indonesia adalah kurangnya motivasi untuk melakukan suatu hal yang lebih (*Out of the box*). Sebuah wirausaha yang dibangun dengan dengan ide kreatif akan lebih memiliki banyak *respond* positif dari lingkungan sekitar dan menjadi faktor penting dalam membangun suatu wirausaha. Sehingga pada era ini, dibutuhkannya para wirausahawan yang mampu menjawab tantangan dan peluang tersebut. Pendapat tersebut juga didukung oleh Joseph Schumpeter dalam Wibowo (2015), faktor yang paling menentukan dalam pertumbuhan ekonomi suatu negara adalah pengusaha yang mampu melakukan inovasi dan kreatifitas.

Berdasarkan laporan dari Euromonitor, 2010 dalam *Market analysis report: The foodservice Indonesia industry*, pertumbuhan kafe dengan konsep restoran di Indonesia sejak tahun 2008 mencapai 9% setiap tahunnya. Begitu pula dengan pertumbuhan kafe dengan konsep kedai kopi (Warung kopi) mencapai 16% setiap tahunnya. Fakta tersebut menjelaskan bahwa meskipun secara keseluruhan tingkat wirausaha di Indonesia masih rendah, namun berbanding terbalik dengan tingkat pertumbuhan wirausaha dibidang kedai kopi yang mampu mencapai angka 16%.

Tingginya tingkat pertumbuhan wirausaha kedai kopi ini di dukung dengan tingkat konsumsi kopi nasional. Data dari *International Coffe Organization (ICO)*

menunjukkan bahwa konsumsi kopi Indonesia pada periode 2000-2016 mengalami kenaikan. Pada tahun 2000, konsumsi kopi Indonesia baru mencapai 1,68 juta bungkus/60kg, namun pada tahun 2016 telah mencapai 4,6 juta bungkus/60kg atau melonjak lebih dari 174% (databooks.katadata.co.id, 2017). Selain itu Indonesia juga merupakan salah satu negara terbesar penghasil komoditas kopi dunia. Produksi kopi Indonesia mencapai 6,56 juta bungkus/60 kg, berada di peringkat empat dunia di bawah Brasil, Vietnam dan Columbia. Data-data tersebut yang kemudian dijadikan sebagai peluang bagi para calon wirausahawan untuk membuka industri olahan kopi khususnya di Kota Malang.

Membangun sebuah bisnis atau kegiatan wirausaha bukan merupakan hal yang mudah. Ada proses yang perlu di lalui oleh seorang calon wirausahawan dalam menjalankan kegiatan bisnisnya nanti. Memiliki persiapan yang matang akan menjadi fondasi yang baik dalam membangun sebuah bisnis. Baik atau buruknya persiapan seseorang tercermin dari niat atau motivasi yang melandasi individu tersebut dalam menjalani suatu kegiatan. Menurut Ajzen (2005) menyebutkan bahwa individu cenderung memiliki minat terlebih dahulu untuk memunculkan perilaku terhadap apa yang diminati, sehingga penting untuk meningkatkan minat atau intensi wirausaha seseorang sebelum melaksanakan suatu kegiatan tertentu. Intensi adalah kecenderungan individu dalam menunjukkan aksi yang berasal dari pikiran sadar yang mempengaruhi perilaku (Parker, 2004). Menurut Krueger (1993), minat wirausaha adalah komitmen individu dalam memulai wirausaha baru dan perlu diperhatikan dalam memahami proses pendirian usaha yang baru. Terkait dengan latar belakang tersebut, penting untuk dilakukan penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi intensi berwirausaha kedai kopi. Penelitian ini akan menarik dilakukan mengingat grafik konsumsi kopi di Indonesia semakin tahunnya mengalami peningkatan dan semakin maraknya kemunculan kedai kopi yang ada di Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah

Setiap kegiatan yang dilakukan oleh seseorang pasti memiliki suatu niatan didalamnya, tak terkecuali kegiatan wirausaha. Niat seseorang dalam melakukan kegiatan wirausaha dapat diukur dengan menggunakan *Theory of Planned Behavioral* (TPB). Penggunaan *Theory of Planned Behavioral* (TPB) tidak dapat dipisahkan dari aspek intensi berwirausaha. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Linan secara berkelanjutan dalam Linan, *et al.*, (2005), Linan dan Chen (2007), Linan, *et al.*, (2008), serta Linan dan Chen (2009) mengemukakan bahwa dalam *Theory of Planned Behavioral* (TPB) terdapat 3 faktor yang mempengaruhi intensi berwirausaha antara lain; *Personal Attitude* (PA), *Social Norm* (SN) dan *Perceived Behavioral Control* (PBC).

Sehingga dapat disimpulkan bahwa yang akan menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah faktor sikap pribadi (*Personal Attitude*) mempengaruhi intensi berwirausaha kedai kopi di kota Malang?
2. Apakah faktor norma sosial (*Social norm*) mempengaruhi intensi berwirausaha kedai kopi di kota Malang?
3. Apakah faktor persepsi kontrol perilaku (*Perceived Behavioral Control*) mempengaruhi intensi berwirausaha kedai kopi di kota Malang?

1.3 Batasan Masalah

Penentuan batasan masalah dimaksudkan untuk menyederhanakan ruang lingkup dalam penelitian. Berikut batasan masalah dalam penelitian yang akan dilaksanakan :

1. Studi ini mengambil objek penelitian intensi berwirausaha kedai kopi. Pemilihan ini didasarkan pada pertimbangan bahwa tingginya konsumsi kopi masyarakat Indonesia dan banyaknya bermunculan kedai kopi di kota Malang.
2. Subjek penelitian adalah pemilik usaha kedai kopi yang berada di kota Malang khususnya di Kecamatan Lowokwaru yang memiliki Surat Izin Mendirikan Usaha Perdagangan (SIUP) dengan jumlah responden sebanyak 30 subjek.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan penelitian yang dilakukan adalah :

1. Untuk mengetahui apakah faktor sikap pribadi (*Personal Attitude*) mempengaruhi intensi berwirausaha kedai kopi di kota Malang.
2. Untuk mengetahui apakah faktor norma sosial (*Social norm*) mempengaruhi intensi berwirausaha kedai kopi di kota Malang.
3. Untuk mengetahui apakah faktor persepsi kontrol perilaku (*Perceived Behavioral Control*) mempengaruhi intensi berwirausaha kedai kopi di kota Malang.



II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Penelitian terkait intensi berwirausaha telah banyak dilakukan. Salah satunya adalah penelitian yang dilakukan secara berkelanjutan oleh Linan seperti Linan, *et.al.*, (2005), Linan dan Chen (2007), Linan *et.al.*, (2008), Linan dan Chen (2009) yang menggunakan *Theory of Planned Behavior* (TPB) sebagai teori utama (*Grand Theory*). Populasi yang diteliti adalah para mahasiswa di Eropa (Spanyol) (Linan;2005,2008) dan Asia (Taiwan) (Linan,2007;2009).

Berdasarkan penelitian-penelitian Linan tersebut ditemukan bahwa Persepsi Kontrol Perilaku atau *Perceived Behavioral Control* (PBC) berkorelasi positif dan sangat tinggi dengan intensi berwirausaha (Linan, 2005). Pengujian model intensi berwirausaha yang dipengaruhi oleh Sikap Pribadi atau *Personal Attitude* (PA), *Perceived Behavioral Control* (PBC) dan Norma Sosial atau *Social Norm* (SN) menyimpulkan bahwa model ini layak (*fit*) di Taiwan (Asia) maupun Spanyol (Eropa), namun pengaruh *social norm* (SN) lebih rendah dibandingkan pengaruh kedua variabel intensi berwirausaha lainnya (Linan, 2007). Pada studi longitudinal yang dilakukan oleh Linan (2004 – 2007) yang juga merupakan studi longitudinal pertama tentang intensi berwirausaha, ditemukan bahwa seluruh variabel anteseden (PA, SN, PBC) tetap memberikan hasil yang konsisten walaupun telah melewati jangka waktu tertentu. Penelitian Linan yang terakhir (2009) yaitu pengembangan instrumen untuk mengukur intensi berwirausaha dan aplikasi antar budaya ditemukan bahwa seluruh hubungan model inti intensi berwirausaha hasilnya signifikan kecuali pada *social norm* (SN) yang tidak berpengaruh langsung terhadap intensi berwirausaha melainkan tidak langsung melalui peningkatan *personal attitude* (PA) dan *perceived behavioral control* (PBC) (Linan, 2009).

Rahayu, *et.al.*, (2011) melakukan penelitian tentang intensi berwirausaha pada mahasiswa baru di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya dengan 162 mahasiswa baru sebagai sampel. Penelitian tersebut menunjukkan intensi berwirausaha mahasiswa baru di Jurusan Manajemen FEB UB cukup tinggi. Hasil penelitian yang dilakukan mendukung penelitian yang dilakukan oleh Linan, yaitu semakin positif sikap pribadi mahasiswa terhadap profesi pengusaha,

maka semakin tinggi niat atau intensi berwirausaha mahasiswa. Semakin besar keyakinan mahasiswa terhadap kemampuannya memulai dan mengembangkan suatu bisnis maka semakin kuat pula niat mahasiswa untuk berwirausaha. Norma sosial tidak berpengaruh langsung terhadap intensi berwirausaha, melainkan berpengaruh positif melalui sikap pribadi dan persepsi kendali perilaku. Tetapi kelemahan dari penelitian yang dilakukan oleh Rahayu, *et.al.*, (2011) adalah populasi yang diambil masih terbatas pada mahasiswa di satu jurusan saja yaitu di Jurusan Manajemen FEB UB. Selain itu penelitian terbatas pada mahasiswa baru yang belum menempuh mata kuliah dan praktik kewirausahaan yang disediakan Universitas Brawijaya melalui kurikulum.

2.2 Intensi Wirausaha

Menurut Wijaya (2007) intensi adalah komponen dalam diri individu yang mengacu pada keinginan untuk melakukan tingkah tertentu. Sukmana (2008) juga mengungkapkan hal senada, sukmana mengatakan bahwa intensi menggambarkan keinginan untuk melakukan sesuatu. Pendapat lainnya dikemukakan oleh Handaru *et al...* (2014) yang menjelaskan bahwa intensi adalah hal-hal yang diasumsikan dapat menjelaskan faktor-faktor motivasi serta berdampak kuat pada tingkah laku. Sejalan dengan pendapat tersebut, Vemmy (2013) menyebutkan bahwa intensi adalah bagian dari diri individu yang dilatarbelakangi oleh motivasi seseorang untuk bertindak.

Menurut Srimulyani (2013) yang menegaskan bahwa intensi merupakan motivasi seseorang yang secara sadar memutuskan untuk mengerahkan usaha untuk melakukan suatu perilaku. Setyani (2007), mengatakan intensi adalah niat atau keinginan seseorang untuk melakukan suatu perilaku demi mencapai tujuan tertentu yang didasarkan pada sikap dan keyakinan orang tersebut maupun keyakinan dan sikap orang yang mempengaruhinya untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Coleman (dalam Christanti, 2008) mendefinisikan intensi sebagai suatu kecenderungan perilaku yang dilakukan dengan sengaja dan memiliki tujuan.

Sedangkan menurut Engel *et al...* (dalam Sukirno & Sutarmanto, 2007), intensi adalah kompetensi diri individu yang mengacu pada keinginan untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Fishbein dan Ajzen (dalam Yuliana, 2004) menjelaskan intensi sebagai representasi kognitif dan konatif dari kesiapan individu untuk menampilkan suatu perilaku. Intensi merupakan penentu dan disposisi dari perilaku, hingga individu memiliki kesempatan dan waktu yang tepat untuk menampilkan perilaku tersebut secara nyata. Schumpeter (dalam Alma, 2004) menyatakan bahwa wirausaha adalah individu yang mendobrak sistem ekonomi yang ada dan menggerakkan perekonomian masyarakat untuk maju kedepan.

Wirausahawan adalah individu-individu yang berani mengambil resiko, mengkoordinasi, mengelola penanaman modal atau sarana produksi serta mengenalkan fungsi faktor produksi baru atau yang mampu memberikan respon secara kreatif dan inovatif. Menurut Hendro & Chandra W.W (2006) mengatakan bahwa: *entrepreneur* adalah suatu kemampuan untuk mengelola sesuatu yang ada dalam diri untuk ditingkatkan dan dimanfaatkan agar lebih optimal (baik) sehingga bisa meningkatkan taraf hidup di masa mendatang. Hal-hal itu antara lain: pengetahuan (*Knowledge*), kemampuan (*Skill*), pengalaman (*experiences*), jaringan (*Networking*), informasi-informasi yang didapat (*Information*), sumber-sumber yang ada (*Source*-uang, bakat, lingkungan, keluarga dan lain – lain). Waktu yang ada (*Time*), masa depan dan kesempatan (“*Future and Opportunity*”). Menurut Hendro (2011) kewirausahaan adalah kemampuan untuk merangkai dan memberdayakan semua yang dimiliki. Perlu disadarai bahwa saat ini pengetahuan akademisi saja tidaklah cukup untuk menjadi bekal dimasa depan walaupun lulus dengan predikat yang sangat baik namun bila pengetahuan (prestasi) akademisi tidak dilengkapi dengan kemampuan (*Skill*) atau keahlian yang lain, hal itu tidaklah cukup.

2.3 Theory of Planned Behavior

Teori Perilaku Terencana atau TPB (*Theory of Planned Behavior*) merupakan pengembangan lebih lanjut dari Teori Perilaku Beralasan (*Theory of Reasoned Action*). TPB merupakan kerangka berpikir konseptual yang bertujuan untuk menjelaskan determinan perilaku tertentu. Menurut Ajzen (1991), faktor sentral dari perilaku individu adalah bahwa perilaku itu dipengaruhi oleh niat individu (*behavior intention*) terhadap perilaku tertentu tersebut. Niat untuk berperilaku dipengaruhi oleh tiga komponen yaitu (1) sikap (*attitude*), (2) norma sosial (*social norm*) dan (3) persepsi kontrol berperilaku (*Perceived Behavioral Control*). Seseorang dapat saja memiliki berbagai macam keyakinan terhadap suatu perilaku, namun ketika dihadapkan pada suatu kejadian tertentu, hanya sedikit dari keyakinan tersebut yang timbul untuk mempengaruhi perilaku. Sedikit keyakinan inilah yang menonjol dalam mempengaruhi perilaku individu (Ajzen 1991). Keyakinan yang menonjol ini dapat dibedakan menjadi beberapa jenis yakni pertama, *behavior belief* yaitu keyakinan individu akan hasil suatu perilaku dan evaluasi atas hasil tersebut. *Behavior belief* akan mempengaruhi sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*). Kedua adalah *normative belief* yaitu keyakinan individu terhadap harapan normatif orang lain yang menjadi rujukannya seperti keluarga, teman dan konsultan pajak, serta motivasi untuk mencapai harapan tersebut. Harapan normatif ini membentuk variabel norma sosial (*social norm*) atas suatu perilaku. Ketiga adalah *control belief* yaitu keyakinan individu tentang keberadaan hal-hal yang mendukung atau menghambat perilakunya dan persepsinya tentang seberapa kuat hal-hal tersebut mempengaruhi perilakunya. *Control belief* membentuk variabel persepsi kontrol berperilaku (*Perceived Behavioral Control*). Menurut TPB (*Theory of Planned Behavior*), sikap, norma sosial, dan persepsi kontrol berperilaku ditentukan melalui keyakinan-keyakinan utama. Determinan suatu perilaku merupakan hasil dari penilaian keyakinan-keyakinan dari individu, baik sebagai secara positif maupun negatif. Teori Perilaku Terencana atau TPB (*Theory of Planned Behavior*) didasarkan pada asumsi bahwa manusia adalah makhluk yang rasional dan menggunakan informasi-informasi yang mungkin baginya secara sistematis (Achmat, 2010).

2.3.1 Sikap Pribadi

Sumarwan (2003) menyatakan sikap merupakan ungkapan perasaan konsumen tentang suatu objek apakah disukai atau tidak, dan sikap juga bisa menggambarkan kepercayaan konsumen terhadap berbagai atribut dan manfaat dari objek tersebut. Sikap merupakan suatu ekspresi perasaan seseorang yang merefleksikan kesukaan atau ketidaksukaannya terhadap suatu obyek. Sikap seseorang merupakan hasil dari suatu proses psikologis, oleh karena itu sikap tidak dapat diamati secara langsung, tetapi harus disimpulkan dari apa yang dikatakan atau dilakukannya (Suprapti, 2010). Sikap (*attitudes*) konsumen adalah faktor terpenting yang akan mempengaruhi keputusan konsumen. Konsep sikap sangat terkait dengan konsep kepercayaan (*belief*) dan perilaku (*behavior*) (Sumarwan 2003).

Allport (dalam Suprapti, 2010) mengemukakan sikap adalah predisposisi yang dipelajari untuk merespon suatu obyek atau sekelompok obyek dalam suatu cara yang menyenangkan atau tidak menyenangkan secara konsisten. Sikap konsumen terhadap suatu obyek adalah berupa tendensi atau kecenderungan yang disukainya untuk mengevaluasi obyek itu dalam suatu cara yang menyenangkan atau tidak menyenangkan secara konsisten, yaitu evaluasinya terhadap obyek tersebut secara keseluruhan dari yang paling buruk sampai yang paling baik.

$$PA = \sum b_i e_i$$

Berdasarkan rumus di atas sikap terhadap perilaku atau *Personal attitude/attraction* (PA) didapat dari penjumlahan hasil kali antara *belief* terhadap *outcome* yang dihasilkan (b_i) dengan evaluasi terhadap *outcome* (e_i). Dapat disimpulkan bahwa individu yang percaya bahwa sebuah perilaku dapat menghasilkan *outcome* yang positif maka individu tersebut akan memiliki sikap yang positif terhadap sebuah perilaku, begitu juga sebaliknya.

2.3.2 Norma Sosial

Norma sosial merupakan keyakinan individu mengenai harapan orang-orang disekitarnya yang berpengaruh, baik perorangan maupun kelompok untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku tertentu. Untuk memahami niat seseorang perlu juga mengukur norma-norma sosial yang mempengaruhi niatnya untuk bertindak. Norma sosial dapat diukur secara langsung dengan menilai

perasaan konsumen tentang seberapa relevan orang lain yang menjadi panutannya (seperti keluarga, teman sekelas, atau teman sekerja) yang akan menyetujui atau tidak menyetujui tindakan tertentu yang dilakukannya (Suprapti, 2010).

Ramayah dan Harun (2005) menyatakan norma sosial yaitu keyakinan individu untuk mematuhi arahan atau anjuran orang di sekitarnya untuk turut melakukan aktivitas berwirausaha. Norma sosial diukur dengan skala *social norm* dengan indikator keyakinan peran keluarga dalam memulai usaha, keyakinan dukungan teman dalam usaha, keyakinan dukungan dari dosen, keyakinan dukungan dari pengusaha-pengusaha yang sukses dan keyakinan dukungan dalam usaha dari orang yang dianggap penting. Norma sosial diukur secara langsung dengan penilaian perasaan responden terhadap kemauan untuk mengikuti saran orang-orang penting bagi mereka (Tjahjono dan Ardi, 2008).

$$SN = \sum n_i m_i$$

Berdasarkan rumus di atas norma sosial (SN) didapat dari penjumlahan hasil kali dari *normative belief* (n_i) dengan *motivation to comply* (m_i). Individu yang percaya bahwa *referent* akan mendukungnya untuk melakukan perilaku tersebut dan begitu juga sebaliknya.

2.3.3 *Perceived Behavioral Control*

Persepsi kontrol keperilakuan (*perceived behavioral control*) menggambarkan tentang perasaan kemampuan diri (*self efficacy*) individu dalam melakukan suatu perilaku. Menurut Teo dan Lee (2010), kontrol perilaku yang dirasakan mengacu pada persepsi kemudahan atau kesulitan dalam melaksanakan perilaku dan sejumlah pengendalian seseorang atas pencapaian tujuan dari perilaku tersebut. Kontrol keperilakuan yang dirasakan dapat berpengaruh pada niat atau secara langsung pada perilaku itu sendiri. Persepsi kontrol keperilakuan merupakan keyakinan tentang ada atau tidaknya faktor-faktor yang memfasilitasi dan menghalangi individu untuk melakukan suatu perilaku. Persepsi kontrol keperilakuan ditentukan oleh pengalaman masa lalu individu dan juga perkiraan individu mengenai seberapa sulit atau mudahnya untuk melakukan suatu perilaku.

Dalam model teori perilaku terencana, *Perceived Behavioral Control* mengacu kepada persepsi seseorang terhadap sulit tidaknya melaksanakan tindakan yang diinginkan, terkait dengan keyakinan akan tersedia atau tidaknya

sumber dan kesempatan yang diperlukan untuk mewujudkan perilaku tertentu (Ajzen, 2005). Persepsi kontrol berperilaku menunjuk suatu derajat dimana seorang individu merasa bahwa tampil atau tidaknya suatu perilaku yang dimaksud adalah dibawah pengendaliannya. Orang cenderung tidak akan membentuk suatu intensi yang kuat untuk menampilkan suatu perilaku tertentu jika orang tersebut percaya bahwa dirinya tidak memiliki sumber atau kesempatan untuk melakukannya, meskipun memiliki sikap yang positif dan percaya bahwa orang lain yang penting baginya akan menyetujuinya . Persepsi kontrol berperilaku dapat mempengaruhi perilaku secara langsung ataupun tidak langsung melalui intensi (Achmat, 2010).

$$PBC = \sum c_i p_i$$

Berdasarkan rumus di atas *Perceived Behavioral Control* (PBC) didapat dari penjumlahan hasil kali *control belief* (c_i) dengan *perceived power control* (p_i). Semakin besar persepsi mengenai kesempatan dan sumberdaya yang dimiliki individu maka semakin besar PBC yang dimiliki oleh orang tersebut.

2.4 Structural Equating Model

2.4.1 Pengertian *Structural Equation Modeling* (SEM)

Menurut Sarjono (2015) *Structural Equation Modeling* (SEM) merupakan teknik analisis multivariat yang dikembangkan guna menutupi keterbatasan yang dimiliki oleh model-model analisis sebelumnya yang telah digunakan secara luas dalam penelitian statistic. Menurut Sarjono (2015) Model-model yang dimaksud diantaranya adalah analisis regresi, analisis jalur dan analisis faktor konfirmatori . Menurut Sofyan (2009) SEM merupakan gabungan antara metode statistik, yaitu 1) analisis faktor yang dikembangkan dalam psikologi/ psikometri atau sosiologi dan 2) model persamaan simultan yang dikembangkan dalam ekonometri.

Menurut Sofyan (2009) Pendugaan parameter pada SEM atau bisa dikenal dengan SEM berbasis *Covariance* (CB-SEM) bisaanya menggunakan metode pendekatan *Maximum Likelihood*. Pada metode *Maximum Likelihood* ini dalam mengestimasi model membutuhkan sampel yang besar dan data harus multivariat normal pendugaan parameter dengan metode *Maximum Likelihood* membutuhkan beberapa asumsi kritis seperti ukuran sampel minimal 10 kali banyaknya

indikator atau lebih dari 100 unit pengamatan, data menyebar mengikuti sebaran normal. Selain permasalahan asumsi sebaran dan banyaknya data, kendala lain yang dihadapi peodelan struktural menggunakan LISREL (Linear Struktural Relations) adalah indikator (Variabel Manifest). Dalam perkembangannya, pengolahan data untuk analisis SEM menjadi mudah dengan bantuan beberapa perangkat lunak (*software*) statistik, seperti Lisrel, AMOS, dan *Smart PLS*.

2.4.2 Variabel-variabel SEM

Menurut Sarjono, (2015) variabel-variabel pada SEM masing-masing saling mempengaruhi. Variabel-variabel yang terdapat dalam SEM meliputi:

1. Variabel laten (*Latent Variabel*)

Dalam SEM variabel yang menjadi perhatian adalah variabel laten. Variabel laten atau konstruk laten adalah variabel yang tidak terukur secara langsung, sebagai contoh: perilaku, sikap, perasaan, dan motivasi. Variabel laten terdapat dua jenis, yaitu:

a. Eksogen

Variabel laten eksogen dinotasikan dengan huruf Yunani adalah “ksi”. Variabel bebas (*independenet latent variabel*) pada semua persamaan yang ada pada SEM, dengan simbol lingkaran dengan anak panah menuju keluar.

b. Endogen

Variabel laten endogen dinotasikan dengan huruf Yunani adalah “eta”. Variabel terikat (*dependent latent variabel*) pada paling sedikit satu persamaan dalam model, dengan simbol lingkaran dengan anak panah menuju keluar dan satu panah ke dalam. Simbol anak panah untuk menunjukkan adanya hubungan kausal (ekor anak panah untuk hubungan penyebab dan kepala anak panah untuk variabel akibat).

2. Variabel teramati (*Observed* atau *Measured* atau *Manifest Variabel*)

Variabel teramati adalah variabel yang dapat diamati atau dapat diukur secara empiris dan disebut sebagai indikator. Variabel teramati merupakan efek atau ukuran dari variabel laten. Variabel teramati yang berkaitan dengan variabel eksogen diberi notasi matematik dengan label X, sedangkan yang berkaitan dengan variabel laten endogen diberi label Y. Disimbolkan dengan bujur sangkar atau kotak, variabel ini merupakan indikator.

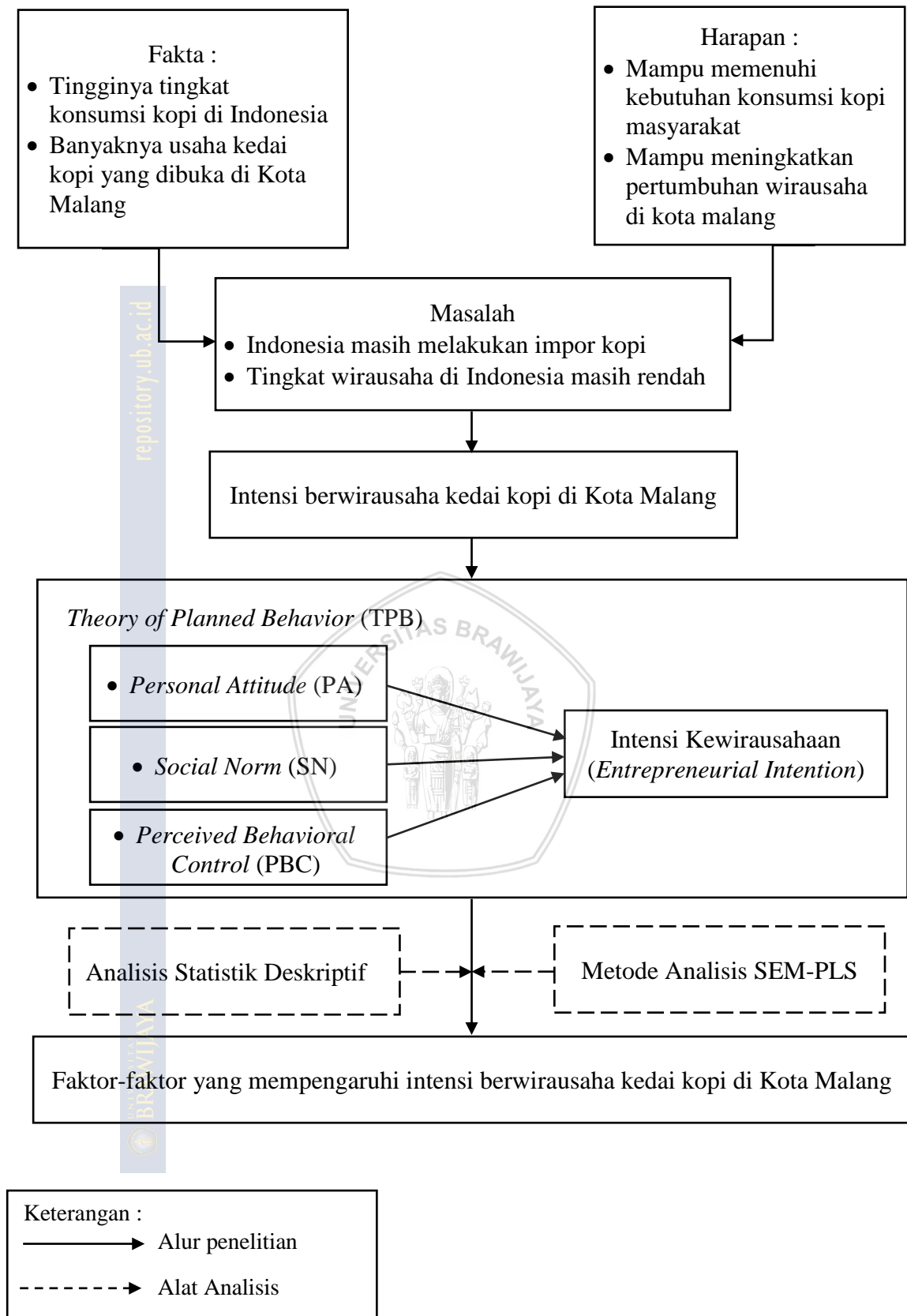
III KERANGKA TEORITIS

3.1 Kerangka Pemikiran

Indonesia merupakan salah satu negara penghasil biji kopi terbesar di dunia. Sejak tahun 2013 Indonesia menduduki peringkat keempat negara penghasil biji kopi terbesar setelah Brazil, Vietnam dan Columbia. Tingginya tingkat produksi kopi di Indonesia juga di dukung dengan tingkat konsumsi kopi masyarakatnya yang setiap tahun mengalami peningkatan.

Peluang tingginya tingkat konsumsi kopi masyarakat Indonesia di tandai dengan mewabahnya industri kedai kopi khususnya di Kota Malang. Banyaknya kedai kopi yang bermunculan mulai dari cafe mewah hingga kedai kopi di pinggir jalan merupakan dampak dari tingginya kebutuhan masyarakat akan konsumsi kopi yang kemudian di ubah oleh para wirausahawan menjadi sebuah peluang bisnis. Tingginya tingkat produksi serta konsumsi kopi masyarakat Indonesia menjadi alasan yang kuat untuk memotivasi para wirausahawan membuka bisnis dibidang olahan kopi, sehingga menyebabkan tingginya intensi berwirausaha kedai kopi di Kota Malang.

Penelitian ini menggunakan *Theory of Planned Behavior* (TPB) sebagai kerangka teoritis untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi Intensi wirausaha kedai kopi di Kota Malang. Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Personal Attitude* (PA), *Social Norm* (SN), *Perceived Behavioral Control* (PBC) dan *Entrepreneurial Intention* (EI). Pengujian pengaruh hubungan antara variabel *Personal Attitude* (PA), *Social Norm* (SN), *Perceived Behavioral Control* (PBC) terhadap *Entrepreneurial Intention* (EI) dilakukan dengan menggunakan analisis *Partial Least Square*.



Gambar 1. Kerangka Berfikir Penelitian

3.2 Hipotesis

Berdasarkan hasil pemikiran yang dijelaskan sebelumnya, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah :

1. Pengaruh sikap pribadi (*Personal attitude/PA*) terhadap intensi berwirausaha (*Entrepreneurial intention/EI*)

H₁ : Sikap pribadi (*Personal attitude/PA*) berpengaruh positif terhadap intensi berwirausaha (*Entrepreneurial intention/EI*)

H₀ : Sikap pribadi (*Personal attitude/PA*) tidak berpengaruh terhadap intensi berwirausaha (*Entrepreneurial intention/EI*)

2. Pengaruh norma sosial (*Social norm/SN*) terhadap intensi berwirausaha (*Entrepreneurial intention/EI*)

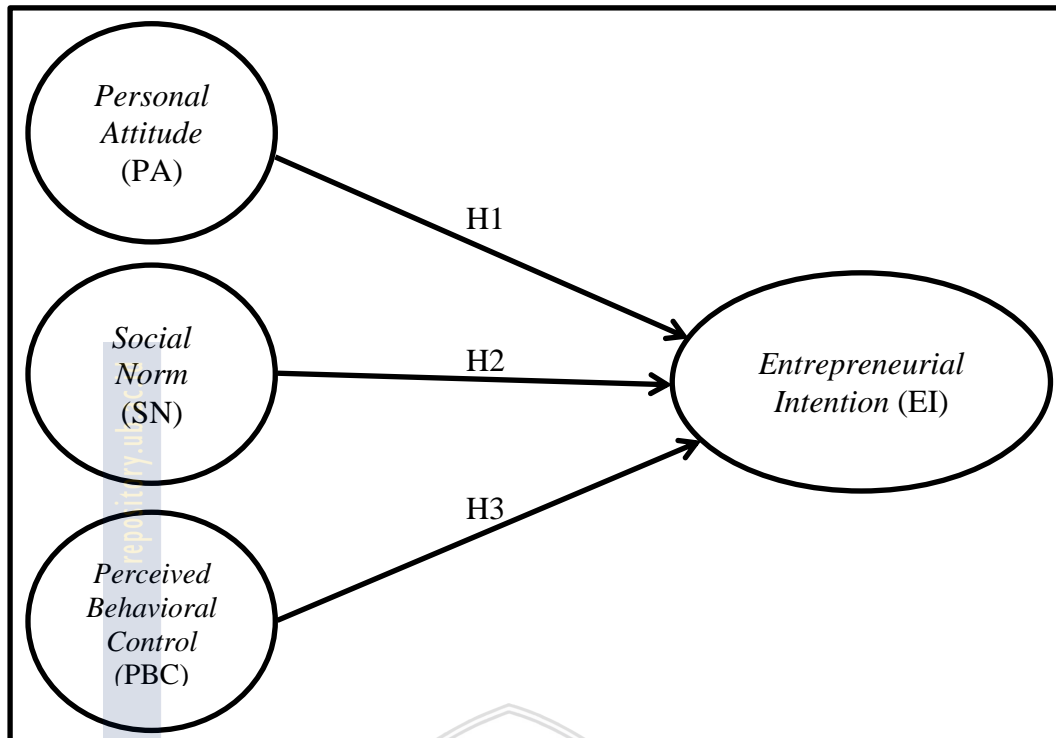
H₁ : Norma sosial (*Social norm/SN*) berpengaruh positif terhadap intensi berwirausaha (*Entrepreneurial intention/EI*)

H₀ : Norma sosial (*Social norm/SN*) tidak berpengaruh terhadap intensi berwirausaha (*Entrepreneurial intention/EI*)

3. Pengaruh kontrol perilaku pribadi (*Perceived Behavioral Control/PBC*) terhadap intensi berwirausaha (*Entrepreneurial intention/EI*)

H₁ : Kontrol perilaku pribadi (*Perceived Behavioral Control/PBC*) berpengaruh positif terhadap intensi berwirausaha (*Entrepreneurial intention/EI*)

H₀ : Kontrol perilaku pribadi (*Perceived Behavioral Control/PBC*) tidak berpengaruh terhadap intensi berwirausaha (*Entrepreneurial intention/EI*).



Gambar 2. Model Kontruksi *Inner model* Penelitian

3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

3.3.1 Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan penjabaran variabel penelitian ke dalam indikator-indikator sehingga variabel tersebut dapat diketahui ukuran ukurannya. Definisi operasional masing masing variabel dalam penelitian ini yaitu:

1. Sikap pribadi/daya tarik (*Personal Attraction/Attitude-PA*) adalah dorongan atau niatan yang berasal dari dalam diri pribadi terkait suatu hal.
2. Persepsi norma sosial/norma sosial berwirausaha (*Perceived Social Norm/Social Norm-SN*), adalah persepsi responden tentang dorongan sosial untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku kewirausahaan yang didapatkan berdasarkan persetujuan orang-orang yang menjadi referensi.
3. Persepsi kendali perilaku (*Perceived Behavioral Control-PBC*) adalah pandangan atau pemikiran individu terhadap sulit atau mudahnya dalam melakukan sesuatu kegiatan usaha.

4. Intensi berwirausaha (*Entrepreneurial Intention-EI*), adalah suatu niat, maksud, dorongan, kecenderungan ataupun intensitas pencarian informasi yang mengarahkan seseorang untuk mencapai/melakukan atau tidak melakukan suatu tujuan kewirausahaan, yaitu membentuk/memulai suatu usaha bisnis/perusahaan mandiri.

3.3.2 Pengukuran Variabel

Pengukuran indikator variabel laten eksogen dan endogen terdapat pada Tabel 1. Skala yang digunakan pada penelitian ini adalah skala Likert yang dikembangkan oleh Rensis Likert. Skala Likert digunakan untuk penelitian dengan data yang bersifat ordinal. Skala likert umumnya terdiri dari lima angka penilaian, yaitu: (1) sangat tidak setuju, (2) tidak setuju, (3) netral, (4) setuju, (5) sangat setuju. Pada penelitian ini skala likert digunakan untuk mengukur tingkatan kelas dalam variabel yang telah disusun dengan beberapa indikator. Adapun tabel pengukuran indikator variabel tersebut dapat dilihat pada tabel 1.



Tabel 1. Pengukuran Indikator Variabel

Variabel	Indikator	Sumber	Pengukuran
Daya Tarik / Sikap Pribadi – PA (X1)	<i>Behavior belief</i>	Liñán, F., Rodríguez-Cohard, J. C., dan Guzmán, J. (2008)	1.Sangat tidak setuju 2.tidak setuju 3. Netral 4. Setuju 5. Sangat setuju
	<ul style="list-style-type: none"> Memiliki sumberdaya yang dibutuhkan (Unggul) Menarik 		
Persepsi Norma Sosial / Norma sosial – SN (X2)	<i>Outcome Evaluation</i>		
	<ul style="list-style-type: none"> Memberikan kepuasan Merupakan prefensi 		
	<i>Motivation to comply</i>		
Persepsi Kendali Perilaku – PBC (X3)	<ul style="list-style-type: none"> Keluarga dekat mendukung Teman-teman mendukung Rekan/Kenalan mendukung 		1.Sangat tidak setuju 2.tidak setuju 3. Netral 4. Setuju 5. Sangat setuju
	<i>Normatif belief</i>		
	<ul style="list-style-type: none"> Bisnis sesuai dengan budaya (Pekerjaan) Peran pengusaha dikenal Orang ingin menjadi pengusaha Berbisnis itu menguntungkan 		
Persepsi Kendali Perilaku – PBC (X3)	<i>Control Belief</i>		1.Sangat tidak setuju 2.tidak setuju 3. Netral 4. Setuju 5. Sangat setuju
	<ul style="list-style-type: none"> Mudah untuk memulai dan menjalankan bisnis Mengerti mengembangkan sebuah usaha Tahu apa yang perlu dilakukan dalam berbisnis 		

Intensi Berwirausaha – EI (Y)	<ul style="list-style-type: none">• Merupakan tujuan utama• Sudah mengambil keputusan• Berniat melalui suatu bisnis• Siap melakukan apa saja	Linan, F. Chen, Y.W. (2006)	<ol style="list-style-type: none">1.Sangat tidak setuju2.tidak setuju3. Netral4. Setuju5. Sangat setuju
----------------------------------	---	-----------------------------	---



IV METODE PENELITIAN

4.1 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian korelasional. Penelitian korelasi atau korelasional adalah suatu penelitian untuk mengetahui hubungan dan tingkat hubungan antara dua variabel atau lebih tanpa ada upaya untuk mempengaruhi variabel tersebut sehingga tidak terdapat manipulasi variabel (Fraenkel dan Wallen, 2008). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Sikap Pribadi (PA), Norma sosial (SN) dan *Perceived Behavioral Control* (PBC) terhadap intensi berwirausaha kedai kopi di Kota Malang. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif. Instrumen yang digunakan pada penelitian kuantitatif menggunakan instrumen formal, standar dan bersifat mengukur.

4.2 Penentuan Waktu dan Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian berada di kota Malang yakni outlet yang melakukan kegiatan usaha kedai kopi khususnya di Kecamatan Lowokwaru. Pertimbangan peneliti memilih lokasi tersebut karena belum adanya penelitian serupa yang dilakukan di Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang serta melihat fenomena begitu banyaknya kedai kopi baru yang bermunculan di daerah tersebut. Penelitian ini dilakukan selama tiga (3) bulan dari bulan Juni–Agustus tahun 2018.

4.3 Teknik Penentuan Sampel

Populasi dari penelitian ini adalah pelaku usaha kedai kopi di Kota Malang. Kedai kopi yang dijadikan sampel oleh peneliti adalah kedai kopi yang berada di Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang yang telah memiliki SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan) dan yang memiliki umur usaha kurang dari lima (5) tahun. Metode yang digunakan dalam penentuan sampel adalah metode *non-probability sampling* dengan jenis *sampling purposive*. Metode ini merupakan cara teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu yang didasarkan pada ciri-ciri tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti. Gay dan Diehl (1992) berpendapat bahwa ukuran sampel sebuah penelitian yang diterima akan sangat bergantung pada jenis penelitiannya. Jika jenis penelitiannya korelasional, maka sampel minimumnya adalah 30 subjek. Menurut Roscoe (1975) dalam Ulma Sekaran (1992) mengatakan bahwa sebaiknya ukuran sampel berada di antara 30 sampai

500 elemen. Selain hal tersebut, minimum data yang dapat digunakan dengan teknik analisis PLS adalah sebesar 30. Berdasarkan pendapat tersebut maka peneliti mengambil 30 kedai kopi di Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang sebagai sampel dalam penelitian ini.

4.4 Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdapat dua macam yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data Primer merupakan data yang dikumpulkan langsung dari lapang oleh peneliti (Umar, 2005). Jenis data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah jawaban dari pelaku usaha kedai kopi di Kota Malang. Data tersebut didapatkan melalui kegiatan wawancara dengan responden. Peneliti menggunakan kuesioner sebagai instrumen dalam kegiatan wawancara.
2. Data Sekunder merupakan data yang didapat dari pihak lain atau data yang tidak langsung diberikan oleh responden kepada peneliti (Umar, 2005). Data sekunder merupakan pelengkap data primer. Data ini diperoleh dari sumber-sumber yang ada dan digunakan untuk mendukung informasi primer seperti dari bahan pustaka, literatur, penelitian terdahulu, buku dan lain sebagainya.

4.5 Teknik Analisis Data

Pengolahan data dilakukan setelah semua data terkumpul, untuk lebih menyederhanakan data-data dari hasil pengisian kuesioner oleh responden. Selain itu, tujuan dari pengolahan data yaitu untuk menyajikan seluruh data dalam susunan yang rapi dan baik, serta untuk menganalisis faktor-faktor TPB yang berpengaruh terhadap intensi berwirausaha kedai kopi di Kota Malang. Pada bagian ini akan dijelaskan mengenai metode yang digunakan dalam menganalisis data, sehingga dapat digunakan untuk menguji hipotesis.

4.5.1 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif merupakan tatacara penyusunan dan penyajian data mentah yang masih bersifat tersebar dan belum dapat menggambarkan suatu fenomena (Dwiastuti, 2012). Analisis statistik deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan hasil analisa data seperti tabel daftar frekuensi, gambar, grafik,

maupun data statistik lainnya. Analisis statistik deskriptif yang dilakukan pada penelitian ini yaitu untuk mengetahui gambaran umum pada tempat penelitian.

Analisis deskriptif juga menggambarkan secara sistematis fakta yang dihubungkan dengan data, dalam pengolahan, menganalisis dan menginterpretasikan hubungan antara variabel-variabel yang meliputi sikap pribadi, norma sosial dan kontrol perilaku pribadi terhadap intensi berwirausaha.

4.5.2 Analisis SEM

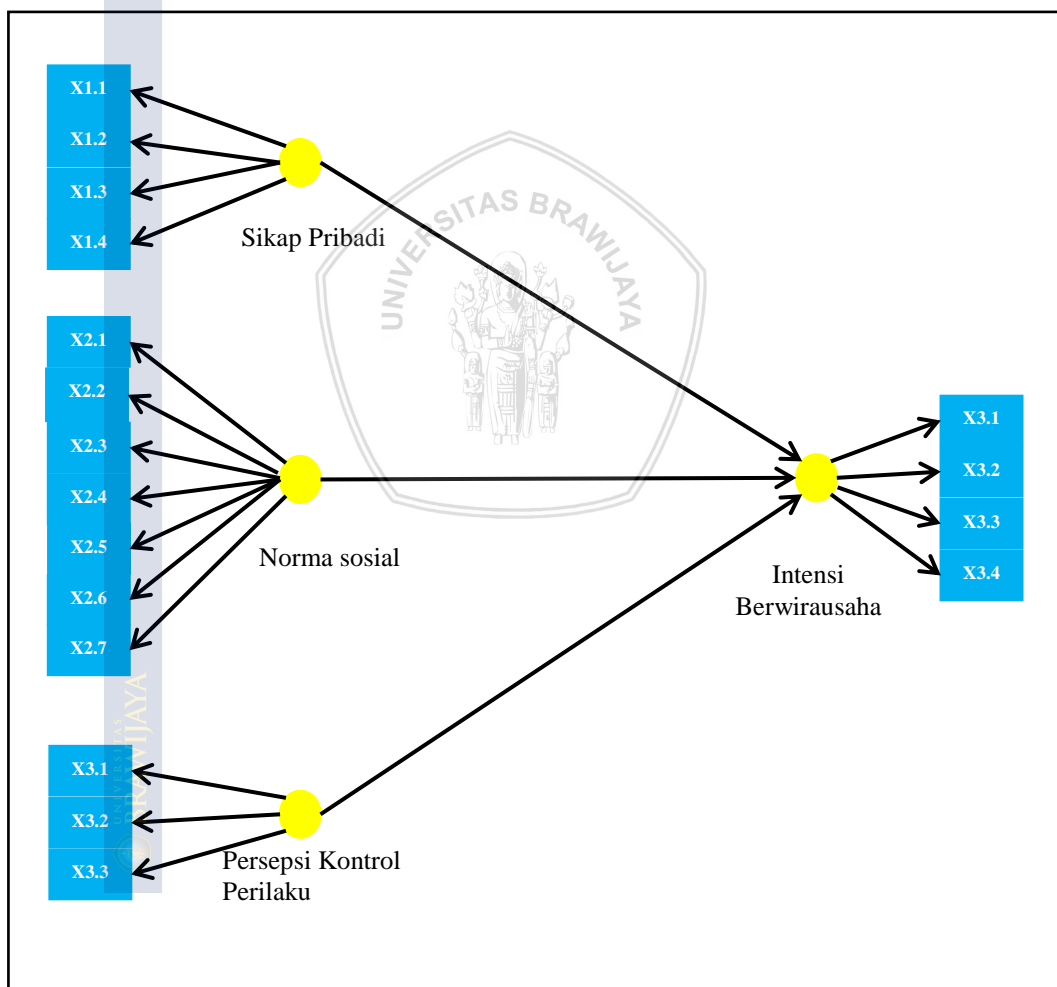
Analisis kuantitatif yaitu penelitian yang menekankan pada data-data numerikal (angka) yang diolah dengan metode statistika (Azwar, 2007). Penelitian ini menggunakan metode Kuantitatif yang memiliki arti analisis data dalam bentuk angka yang melalui perhitungan statistik berdasarkan data dari responden. Menurut Subana dan Sudrajat (2005) penelitian kuantitatif dilihat dari segi tujuan, penelitian ini dipakai untuk menguji suatu teori, menyajikan suatu fakta atau mendeskripsikan statistik, dan untuk menunjukkan hubungan antar variabel dan adapula yang sifatnya mengembangkan konsep, mengembangkan pemahaman atau mendiskripsikan banyak hal. Pada penelitian ini data akan dianalisis dengan menggunakan alat analisis SEM-PLS (*Struktural Equation Modeling - Partial Least Square*).

PLS merupakan pendekatan dalam permodelan persamaan struktural atau *Structural Equation Modeling* (SEM). PLS dapat diterapkan pada semua skala data, tidak membutuhkan banyak asumsi dan ukuran sampel tidak harus besar (Jaya & Sumertajaya, 2008). PLS dikembangkan sebagai alternatif untuk kondisi saat dasar teori atau indikator yang tersedia tidak memenuhi model pengukuran reflektif. Selain permasalahan terkait teori dasar, PLS dapat digunakan untuk membangun hubungan yang belum memiliki dasar teori atau pengujian preposisi (Jaya & Sumertajaya, 2008).

Beberapa kelebihan dari PLS antara lain merupakan salah satu alat analisis yang memiliki syarat fleksibel, data minimum yang digunakan 30, data yang dianalisis tidak harus terdistribusi normal dan hasil analisa dapat mencapai *statistical power* cukup tinggi walaupun sampel data kecil. Langkah-langkah analisa data dengan PLS adalah sebagai berikut:

1. Merancang diagram jalur dan persamaan dalam diagram jalur

Langkah pertama dalam merancang diagram jalur adalah pembuatan model struktural dan model pengukuran. Model pengukuran adalah hubungan antara indikator dengan konstruk atau variabelnya. Model struktural adalah hubungan antara variabel eksogen dan variabel endogen. Variabel eksogen yang digunakan pada penelitian ini adalah faktor-faktor yang mempengaruhi intensi berwirausaha kedai kopi di kota Malang seperti sikap pribadi, norma sosial dan pengaruh kontrol perilaku. Pada penelitian ini variabel endogennya adalah intensi berwirausaha. Diagram jalur *outer* dan *inner* model penelitian ini dijelaskan pada Gambar 3.



Gambar 3. Diagram Jalur Penelitian (*Inner model* dan *Outer model*)

Berikut ini merupakan persamaan model struktural (*Inner Model*) dan persamaan model pengukuran (*Outer Model*).

a. Persamaan model struktural (*Inner Model*)

$$\eta_1 = \gamma_1 \xi_1 + \gamma_2 \xi_2 + \gamma_3 \xi_3 + \gamma_4 \xi_4 + \zeta_1$$

Keterangan :

η_1 = *intensi* berwirausaha

ξ_1 = Sikap Pribadi

ξ_2 = Norma Sosial

ξ_3 = Persepsi Kendali Perilaku

$\gamma_1, \gamma_2, \gamma_3$ = Koefisien sikap pribadi, norma sosial dan persepsi kendali perilaku terhadap variabel Intensi berwirausaha

ζ_1 = Galat dalam model

b. Persamaan model Pengukuran (*Outer Model*)

Tabel 2. Persamaan *Outer Model*

Jenis Variabel	Konstruk	Persamaan <i>Outer Model</i>
Variabel Eksogen	Sikap Pribadi (ξ_1)	$x1.1 = \lambda_{11} \xi_1 + \delta_{11}$
		$x1.2 = \lambda_{21} \xi_1 + \delta_{12}$
		$x1.3 = \lambda_{31} \xi_1 + \delta_{13}$
		$x1.4 = \lambda_{41} \xi_1 + \delta_{14}$
	Norma Sosial (ξ_2)	$x2.1 = \lambda_{12} \xi_2 + \delta_{21}$
		$x2.2 = \lambda_{22} \xi_2 + \delta_{22}$
		$x2.3 = \lambda_{32} \xi_2 + \delta_{23}$
		$x2.4 = \lambda_{42} \xi_2 + \delta_{24}$
		$x2.5 = \lambda_{52} \xi_2 + \delta_{25}$
		$x2.6 = \lambda_{62} \xi_2 + \delta_{26}$
Persepsi Kontrol Perilaku (ξ_3)	$x2.7 = \lambda_{72} \xi_2 + \delta_{27}$	
	$x3.1 = \lambda_{13} \xi_3 + \delta_{31}$	
	$x3.2 = \lambda_{23} \xi_3 + \delta_{32}$	
Variabel Endogen	Intensi Berwirausaha (η_1)	$x3.3 = \lambda_{33} \xi_3 + \delta_{33}$
		$y1.1 = \lambda_{15} \eta_1 + \varepsilon_{11}$
		$y1.2 = \lambda_{25} \eta_1 + \varepsilon_{12}$
		$y1.3 = \lambda_{35} \eta_1 + \varepsilon_{13}$
		$y1.4 = \lambda_{45} \eta_1 + \varepsilon_{14}$

Keterangan :

η_1	= Intensi Berwirausaha
ξ_1	= Sikap Pribadi
ξ_2	= Norma Sosial
ξ_3	= Persepsi Kontrol Perilaku
x1.1, x1.2, x1.3, x1.4	= Indikator variabel sikap pribadi
x2.1, x2.2, x2.3, x2.4, x2.4, x2.6, x2.7	= Indikator variabel norma sosial
x3.1, x3.2, x3.3	= Indikator variabel persepsi kontrol perilaku
y1.1, y1.2, y1.3, y1.4	= Indikator variabel intensi berwirausaha
$\lambda_{11}, \lambda_{21}, \lambda_{31}, \lambda_{41}$	= Koefisien indikator variabel sikap pribadi
$\lambda_{12}, \lambda_{22}, \lambda_{32}, \lambda_{42}, \lambda_{52}, \lambda_{62}, \lambda_{72}$	= Koefisien indikator variabel norma sosial
$\lambda_{13}, \lambda_{23}, \lambda_{33}$	= Koefisien indikator variabel persepsi kontrol perilaku
δ	= Galat dalam model
ε	= Galat dalam model

2. Evaluasi Model

a. Evaluasi model Pengukuran (*Outer Model*)

Evaluasi model pengukuran dilakukan untuk menilai reliabilitas dan validitas dari hubungan suatu indikator dengan variabel. Pada evaluasi pengukuran dapat dilihat dari indikator reflektif dan formatif. Evaluasi untuk melakukan validitas dan reabilitas terbagi menjadi dua indikator yaitu reflektif dan formatif. Berikut merupakan kriteria untuk indikator reflektif dan formatif.

Tabel 3. Kriteria Evaluasi model Pengukuran Reflektif

Kriteria	Parameter	Rate of Thumb
<i>Indikator Reliability</i>	<i>Loading faktor</i>	>0,70 untuk <i>confirmatory research</i>
<i>Internal Consistency Reliability</i>	<i>Composite Reliability</i>	>0,70 untuk <i>confirmatory research</i>
<i>Convergent Validity</i>	<i>Average Variance Extraced</i>	>0,50 untuk <i>confirmatory research</i>
<i>Discriminat Validity</i>	Akar kuadrat AVE dan korelasi antar konstruk laten	Akar kuadrat AVE > korelasi antar konstruk laten

Sumber : (Latan & Ghazali, 2017)

Tabel 4. Kriteria Evaluasi model pengukuran Formatif

Kriteria	Parameter	Rate of Thumb
Indikator Reliability	<i>Significant weight</i>	P-value <0,10 (level=10%) P-value <0,05 (level=5%) P-value <0,01 (level=1%)
Collinearity	VIF dan Tolerance	VIF < 5 atau 3,3 Tolerance > 0,20 atau >0,30

Sumber : (Latan & Ghozali, 2017)

Evaluasi model pengukuran atau *outer model* dengan konstruk berbentuk refleksif dalam PLS dapat dimulai dengan melihat *indicator reliability* yaitu besarnya *variance* dari indikator/item untuk menjelaskan konstruk laten dan *composite reliability* untuk mengukur reliabilitas konstruk secara keseluruhan. Ukuran yang digunakan untuk mengukur reliabilitas indikator tersebut yaitu dengan melihat nilai faktor loading tiap indikator konstruk. *Rule of thumb* yang biasanya digunakan untuk menilai faktor loading yaitu harus lebih besar dari 0.7 untuk penelitian yang bersifat *confirmatory* dan nilai loading faktor antara 0.6-0.7 masih dapat diterima untuk penelitian yang bersifat *eksploratory*. Sedangkan untuk tahap pengembangan konstruk dan skala pengukuran atau pengembangan instrumen penelitian, nilai faktor loading 0.4-0.5 dianggap cukup (Hulland 1999; Hair et al. 2014). Sedangkan untuk konstruk berbentuk formatif dapat melihat signifikansi *weight* yang melalui prosedur resampling. Nilai *weight* yang harus dihasilkan memiliki signifikan (misalnya $P < 0,05$) maka indikator memenuhi kriteria *indicator reliability*, akan tetapi jika pada model indikator nilai *weight* tidak signifikan maka terjadi masalah serius, karena jika salah satu indikator formatif hilang maka makna pada konstruk akan berubah.

b. Evaluasi model struktural (*Inner Model*)

Evaluasi model struktural dapat dilihat dari nilai signifikan pada koefisien jalur terhadap setiap konstruk. Nilai evaluasi pada model struktural dapat dilihat dari nilai *R-square*, *average path coefficient* (AFC), *average R-square* (ARS), *average variance inflation faktor* (AVIF), *full collinearity* VIF, *Q-square* dan *Goodness of fit* (GoF). Berikut merupakan kriteria evaluasi pada model struktural:

Tabel 5. Kriteria evaluasi model struktural

Kriteria	Rate of thumb
<i>R-square</i>	$\leq 0,70$, $\leq 0,45$ dan $\leq 0,25$ menunjukkan masing-masing nilai memiliki model kuat, moderate dan lemah
<i>Average path coefficient (AFC)</i> dan <i>Average R-square (ARS)</i>	Memiliki nilai P-Value $\leq 0,05$
<i>Average variance inflation faktor (AVIF)</i>	Memiliki nilai ≤ 5
<i>Full collinearity VIF</i>	Batasan kriteria memiliki nilai $\leq 3,3$
<i>Q-square</i>	$Q^2 > 0$ menunjukan bahwa model mempunyai <i>predictive relevance</i> sedangkan nilai $Q^2 < 0$ menunjukan bahwa bahwa model kurang memiliki <i>predictive relevance</i>
<i>Goodness of fit (GoF)</i>	memiliki kriteria $\geq 0,10$; $\geq 0,25$; $\geq 0,36$ masing-masing nilai menunjukan nilai lemah, moderate dan besar.

Sumber : (Latan & Ghazali, 2017)

3. Melaporkan Hasil Analisis PLS

Setelah model PLS selesai diestimasi dan dievaluasi, maka langkah terakhir yang dilakukan adalah melaporkan serta mengomunikasikan hasil analisis tersebut.

4.6 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis menggunakan metode resampling stable 3. Pengujian ini menggunakan uji statistic t atau uji t, berikut merupakan hipotesis statistic yang digunakan pada penelitian ini:

Hipotesis statistic untuk *outer model* adalah:

$$H_0 : \lambda_i = 0 \text{ lawan } H_1 : \lambda_i \neq 0$$

Hipotesis statistic untuk *inner model* (pengaruh variabel laten eksogen terhadap endogen) adalah:

$$H_0 : \gamma_i = 0 \text{ lawan } H_1 : \gamma_i \neq 0$$

Pengujian dilakukan dengan *t test*, nilai yang dikatakan signifikan ketika p-value $\leq 0,05$ (α 5%), sehingga menolak H_0 dan menerima H_1 , hal tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima. Apabilai nilai p-value $\geq 0,05$ (α 5%), maka dapat disimpulkan menerima H_0 dan menolak H_1 , sehingga hipotesis ditolak.

V HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Lowokwaru adalah sebuah kecamatan di Kota Malang, Jawa Timur. Kecamatan ini di sebelah utara berbatasan dengan Kecamatan Karangploso, sebelah timur dengan Kecamatan Blimbing, selatan dengan Kecamatan Klojen dan barat dengan Kecamatan Dau. Daerah ini memiliki suhu minimum 20 C^0 dan maksimum 28 C^0 dengan curah hujan rata-rata 2.71 mm. Kecamatan Lowokwaru terletak di posisi barat daya Kota Malang yang merupakan lokasi dataran tinggi, dimana ketinggiannya 460 m dari permukaan laut. Wilayah Kecamatan Lowokwaru dipenuhi dengan kampus baik kampus negeri seperti Universitas Brawijaya, Universitas Negeri Malang, Universitas Islam Negeri, maupun kampus swasta seperti : Universitas Muhammadiyah Malang, Universitas Islam Malang, Institut Nasional Malang, STIE Malang Kucecwara dan STIEKMA.

5.2 Gambaran Umum Responden

Penelitian ini menggunakan responden sebanyak 30 orang pemilik kedai kopi di Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang. Karakteristik responden pada penelitian ini dikelompokkan menjadi beberapa kriteria yakni usia dan jenis kelamin.

5.2.1 Usia

Karakteristik usia responden pada penelitian ini rata-rata memiliki usia 25-44 tahun. Berikut grafik rentang usia reponden pada penelitian ini :

Tabel 6. Rentang Usia Responden

No.	Rentang Usia	Jumlah	Presentase
1	25 – 30 Tahun	14	46,667%
2	31 – 35 Tahun	9	30%
3	36 – 40 Tahun	5	16,667%
4	>40 Tahun	2	6,667%

Sumber: Data primer diolah (2018)

Berdasarkan grafik kriteria usia responden tersebut dapat diketahui urutan rentang usia responden dari yang terbesar sampai yang terkecil. Rentang usia terbanyak sebesar 46,667% terdapat pada usia 25-30 tahun kemudian dengan

persentase sebesar 30% dimiliki oleh responden dengan rentan usia 31-35 tahun, persentase sebesar 16,667% dimiliki oleh responden dengan rentan usia 36-40 tahun dan persentase sebesar 6,667% dimiliki oleh responden dengan rentan usia 40 tahun keatas sebagai jumlah rentan usia terkecil dalam penelitian ini.

5.2.2 Jenis Kelamin

Karakteristik jenis kelamin responden pada penelitian ini adalah semua responden berjenis kelamin laki-laki.

5.3 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif adalah hasil yang diperoleh dari pengolahan data berdasarkan jawaban responden pada setiap item pertanyaan kuesioner. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel *Personal Attitude/PA* (X1), *Social Norm/SN* (X2), *Perceived Behavioral Control/PBC* (X3) dan *Entrepreneurial Intention/EI* (Y1). Pengukuran dalam kuesioner ini menggunakan skala likert dengan rentan 1 sampai dengan 5. Berikut merupakan hasil analisis statistik deskriptif yang telah dilakukan :

Tabel 7. Hasil analisis statistik deskriptif

Variabel	Item	Mean	Min	Max
X1	<i>Personal Attitude</i>	3,475	2	5
X1.1	Unggul	3,5	2	5
X1.2	Menarik	3,4	2	5
X1.3	Memberikan kepuasan	3,567	2	5
X1.4	Merupakan prefensi	3,433	2	5
X2	<i>Social Norm</i>	4,324	3	5
X2.1	Keluarga dekat mendukung	4,333	3	5
X2.2	Teman-teman mendukung	4,333	3	5
X2.3	Rekan/kenalan mendukung	4,3	3	5
X2.4	Bisnis sesuai dengan budaya	4,333	3	5

X2.5	Peran pengusaha dikenal	4,3	3	5
X2.6	Orang ingin menjadi pengusaha	4,333	3	5
X2.7	Berbisnis itu menguntungkan	4,333	3	5
X3	<i>Perceived Behavioral Control</i>	3,344	2	4
X3.1	Mudah untuk memulai dan menjalankan bisnis	3,333	2	4
X3.2	Mengerti mengembangkan sebuah usaha	3,4	2	4
X3.3	Tahu apa yang perlu dilakukan dalam berbisnis	3,3	2	4
Y1	<i>Entrepreneurial Intention</i>	3,567	2	4
Y1.1	Merupakan tujuan utama	3,533	2	4
Y1.2	Sudah mengambil keputusan	3,633	3	4
Y1.3	Berniat melalui suatu bisnis	3,6	3	4
Y1.4	Siap melakukan apa saja	3,5	2	4

Sumber: Data primer diolah (2018)

Nilai rata-rata pada variabel *Personal Attitude* sebesar 3,475; *Social Norm* sebesar 4,324; *Perceived Behavioral Control* sebesar 3,344 dan nilai rata-rata pada variabel *Entrepreneurial Intention* sebesar 3,567.

5.4 Evaluasi Model SEM-PLS

Evaluasi model dalam PLS meliputi dua tahap yaitu evaluasi pada model pengukuran (*outer model*) dan evaluasi terhadap model struktural (*inner model*). Evaluasi *outer model* dilakukan untuk menilai reabilitas dan validitas dari indikator-indikator pembentuk variabel manifest atau laten, sedangkan *inner model* untuk melihat hubungan antar variabel laten dengan melihat seberapa besar *variance* yang dapat dijelaskan untuk mengetahui signifikansi dari *P-Value*.

5.4.1 Evaluasi Persamaan Model

a. Persamaan model pengukuran

Persamaan model pengukuran bertujuan untuk menjelaskan hubungan antara variabel laten eksogen dan endogen terhadap indikator-indikatornya.

Berikut merupakan persamaan model pengukuran dalam penelitian ini:

- | | |
|---|--|
| 1. Unggul | $\rightarrow X1.1=0.965 PA+ \delta_{11}$ |
| 2. Menarik | $\rightarrow X1.2=0.937 PA+ \delta_{12}$ |
| 3. Memberikan kepuasan | $\rightarrow X1.3=0.939 PA+ \delta_{13}$ |
| 4. Merupakan prefensi | $\rightarrow X1.4=0.952 PA+ \delta_{14}$ |
| 5. Keluarga dekat mendukung | $\rightarrow X2.1=0.996 SN+ \delta_{21}$ |
| 6. Teman-teman mendukung | $\rightarrow X2.2=0.996 SN+ \delta_{22}$ |
| 7. Rekan/kenalan mendukung | $\rightarrow X2.3=0.983 SN+ \delta_{23}$ |
| 8. Bisnis sesuai dengan budaya | $\rightarrow X2.4=0.996 SN+ \delta_{24}$ |
| 9. Peran pengusaha dikenal | $\rightarrow X2.5=0.983 SN+ \delta_{25}$ |
| 10. Orang ingin menjadi pengusaha | $\rightarrow X2.6=0.996 SN+ \delta_{26}$ |
| 11. Berbisnis itu menguntungkan | $\rightarrow X2.7=0.996 SN+ \delta_{27}$ |
| 12. Mudah untuk memulai dan menjalankan bisnis | $\rightarrow X3.1=0.983 PBC+ \delta_{31}$ |
| 13. Mengerti mengembangkan sebuah usaha | $\rightarrow X3.2=0.944 PBC+ \delta_{32}$ |
| 14. Tahu apa yang perlu dilakukan dalam berbisnis | $\rightarrow X3.3=0.966 PBC+ \delta_{33}$ |
| 15. Merupakan tujuan utama | $\rightarrow Y1.1=0.952 EI+ \epsilon_{11}$ |
| 16. Sudah mengambil keputusan | $\rightarrow Y1.2=0.802 EI+ \epsilon_{12}$ |
| 17. Berniat melalui suatu bisnis | $\rightarrow Y1.3=0.884 EI+ \epsilon_{13}$ |
| 18. Siap melakukan apa saja | $\rightarrow Y1.4=0.956 EI+ \epsilon_{14}$ |

Keterangan :

PA : *Personal Attitude*

SN : *Social Norm*

PBC : *Perceived Behavioral Control*

b. Persamaan model struktural

Persamaan model struktural bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogennya. Berikut merupakan persamaan model struktural:

$$\eta_1 = \gamma_1 \xi_1 + \gamma_2 \xi_2 + \gamma_3 \xi_3 + \gamma_4 \xi_4 + \zeta_1$$

$$\eta_1 = 0.24 \text{ PA} + 0.02 \text{ SN} + 0.65 \text{ PBC} + \zeta_1$$

$$\eta_1 = 0.544 \text{ (R-Square)}$$

Keterangan :

η_1 = *intensi* berwirausaha

ξ_1 = Sikap Pribadi

ξ_2 = Norma Sosial

ξ_3 = Persepsi Kendali Perilaku

$\gamma_1, \gamma_2, \gamma_3$ = Koefisien sikap pribadi, norma sosial dan persepsi kendali perilaku terhadap variabel Intensi berwirausaha

ζ_1 = Galat dalam model

5.4.2 Evaluasi *Outer Model*

Evaluasi model ini dilaksanakan untuk menilai reabilitas dan validitas dari indikator-indikator pembentuk variabel. Pada penelitian ini penggunaan *outer model* digunakan untuk mengevaluasi dari model reflektif. Menurut Latan dan Ghazali (2017) evaluasi model reflektif meliputi indikator *reliability*, *internal consistency reliability*, *convergent* dan *discriminant validity*. Pada pengukuran model reflektif dapat dilakukan dalam empat tahapan pertama untuk mengevaluasi, dalam hal ini dapat melihat evaluasi indikator *reliability*, melihat evaluasi *internal consistency reliability*, mengevaluasi *convergent validity* dan mengevaluasi *discriminant validity* (Latan& Ghazali,2017). Evaluasi indikator *reliability* yaitu besarnya variasi dari indikator-indikator untuk menjelaskan konstruk laten dengan melihat parameter *loading factor* minimal lebih dari 0,7 dan memiliki *P-Value* yang signifikan yakni kurang dari 0,05.

Pada tabel terdapat nilai *loading factor* yang menunjukkan bahwa setiap indikator *Personal Attitude* (X1), *Social Norm* (X2), *Perceived Behavioral Control* (X3) dan *Entrepreneurial Intentions* (Y1) memiliki nilai lebih dari 0,7. Setiap nilai *P-Value* pada indikator-indikator menunjukan nilai <0,001, sehingga hal ini dapat dikatakan bahwa semua indikator telah memenuhi syarat kriteria nilai *indicator reliability* yang reliabel.

Tabel 8. *Indicator Loading* dan *Cross Loading*

Indikator	X1	X2	X3	Y1	P-Value	Keterangan
X1.1	(0.965)	-0.050	0.040	0.018	<0.001	Reflektif
X1.2	(0.937)	0.064	-0.155	0.088	<0.001	Reflektif
X1.3	(0.939)	-0.041	0.185	-0.091	<0.001	Reflektif
X1.4	(0.952)	0.049	-0.121	-0.007	<0.001	Reflektif
X2.1	0.021	(0.996)	-0.014	-0.011	<0.001	Reflektif
X2.2	0.021	(0.996)	-0.014	-0.011	<0.001	Reflektif
X2.3	-0.041	(0.983)	0.027	0.021	<0.001	Reflektif
X2.4	0.021	(0.996)	-0.014	-0.011	<0.001	Reflektif
X2.5	-0.041	(0.983)	0.027	0.021	<0.001	Reflektif
X2.6	0.021	(0.996)	-0.014	-0.011	<0.001	Reflektif
X2.7	0.021	(0.996)	-0.014	-0.011	<0.001	Reflektif
X3.1	-0.054	-0.065	(0.983)	0.085	<0.001	Reflektif
X3.2	0.027	-0.022	(0.944)	-0.110	<0.001	Reflektif
X3.3	0.032	0.090	(0.966)	0.010	<0.001	Reflektif
Y1.1	0.140	0.115	0.197	(0.952)	<0.001	Reflektif
Y1.2	-0.139	-0.154	-0.378	(0.802)	<0.001	Reflektif
Y1.3	-0.219	-0.112	-0.296	(0.884)	<0.001	Reflektif
Y1.4	0.076	0.042	0.203	(0.956)	<0.001	Reflektif

Sumber: Data Primer diolah (2018)

Tahap selanjutnya melihat hasil analisis reliabilitas konstruk yang diukur dari nilai composite reliability, nilai *average variance extracted* (AVE) dan nilai full collinearity VIF. Pada nilai composite reliability memiliki ketentuan minimum yaitu lebih dari sama dengan 0,7. Pada tabel yang disajikan menunjukkan bahwa konstruk reflektif pada variabel *Personal Attitude* (X1), *Social Norm* (X2), *Perceived Behavioral Control* (X3) dan *Entrepreneurial Intentions* (Y1) memiliki nilai diatas 0,7. Artinya, indikator yang telah ditetapkan mampu mengukur setiap variabel konstruk dengan baik atau dapat dikatakan bahwa ketiga model pengukuran telah reliabel. Melihat nilai AVE yang memiliki ketentuan nilai >0,5 agar menunjukan hasil convergent validity yang baik. Berdasarkan tabel 3 nilai AVE pada variabel *Personal Attitude* (X1), *Social Norm* (X2), *Perceived Behavioral Control* (X3) dan *Entrepreneurial Intentions* (Y1) dikatakan valid karena menunjukan nilai >0,5. Menurut Latan & Ghazali (2017), nilai AVE direkomendasikan harus >0,5 yang mempunyai arti bahwa 50% dari indikator dapat dijelaskan, hal tersebut telah sesuai dengan data pada tabel berikut.

Tabel 9. Nilai *Composite Reliability* dan *Average Variance Extracted* (AVE)

	X1	X2	X3	Y1
Composite reability	0.973	0.998	0.976	0.945
Average <i>variance</i> extracted (AVE)	0.899	0.984	0.930	0.811

Sumber : Data Primer diolah (2018)

Evaluasi *outer model* ini merupakan tahapan akhir pada model reflektif yakni melihat *discriminat validity*. Pada tabel terlihat nilai yang didalam kurung merupakan indikator dari variabel, sedangkan nilai yang tidak di dalam kurung merupakan nilai kolerasi indikator lainnya. Pada tabel menunjukkan bahwa nilai cross loading tidak melebihi nilai indikator loading, dalam hal ini dapat dikatakan indikator tersebut valid. Kedua, evaluasi dari *discriminat validity* adalah melihat akar AVE. Berdasarkan *output* pada tabel bahwa nilai akar kuadrat AVE untuk setiap konstruk lebih besar dari kolerasi antar konstruk sehingga menunjukkan validitas diskrimin yang baik.

Tabel 10. Nilai *Correlation among latent variable with Square roots of AVEs*

	X1	X2	X3	Y
X1	(0.948)	-0.057	0.183	0.363
X2	-0.057	(0.992)	0.234	0.155
X3	0.183	0.234	(0.965)	0.698
Y	0.363	0.155	0.698	(0.900)

Sumber : Data Primer diolah (2018)

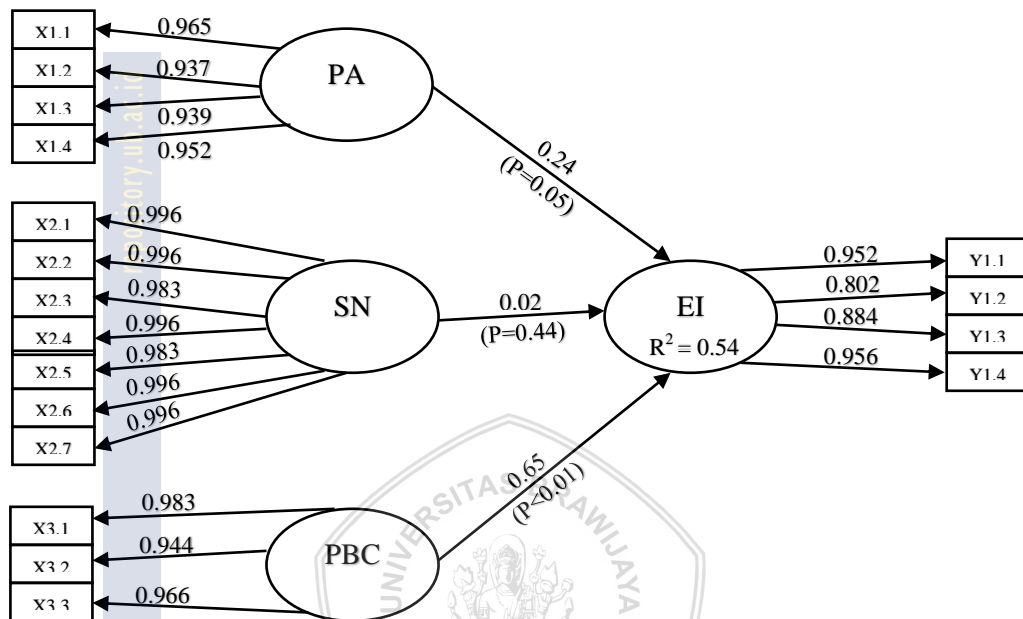
5.4.3 Evaluasi *Inner Model*

Pada evaluasi *inner model* dapat dilihat dengan pengaruh nilai signifikan pada nilai *R-Square*, *Full Collinearity VIF*, *Q-Square*, *Effect size (f²)* dan *Goodness of fit (GoF)*. Tahap evaluasi ini dilakukan bertujuan untuk melihat hubungan antar variabel yang terdapat dalam model.

a. Koefisien jalur dengan signifikansi

Pada Gambar 4. menunjukkan bahwa jalur koefisien pada konstruk tidak semua berpengaruh positif dan signifikan. Jalur pada koefisien (X1) *Personal Attitude* terhadap (Y) *Entrepreneurial Intentions* berpengaruh secara signifikan dengan nilai sebesar 0,24 pada koefisien jalurnya dengan *P-Value* sama dengan 0,05. Koefisien jalur (X2) *Social Norm* tidak berpengaruh terhadap variabel (Y) *Entrepreneurial Intentions*, hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien jalur 0,02 dengan *P-Value* sama dengan 0,44. Pada koefisien jalur (X3) *Perceived*

Behavioral Control terhadap (Y) *Entrepreneurial Intentions* berpengaruh secara signifikan dengan nilai 0,65 pada koefisien jalur dan memiliki nilai signifikan pada *P-Value* <0,01. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *Perceived Behavioral Control* memiliki nilai 65% pengaruh yang signifikan terhadap *Entrepreneurial Intentions*.



Gambar 4. Diagram koefisien jalur dan *P-Value*

b. *R-Square*

Pada tabel 11. nilai *R-Square* variabel (Y) *Entrepreneurial Intentions* menunjukkan nilai sebesar 0,544 yang mempunyai arti bahwa dalam kontribusi variabel *Personal Attitude* (X1), *Social Norm* (X2) dan *Perceived Behavioral Control* (X3) terhadap *Entrepreneurial Intentions* (EI) sebesar 54,4% dan sisanya 45,6% dipengaruhi oleh variabel di luar kegiatan penelitian ini. Menurut (Iatan & Ghazali, 2017) nilai *R-Square* atau Adjusted R^2 yaitu 0.70, 0.45, dan 0.25 memiliki nilai model yang kuat, moderate dan lemah pada masing-masing nilai. Memiliki nilai yang semakin besar menunjukkan bahwa prediktor semakin dalam menjelaskan pada *variance*. Pada penelitian ini nilai *R-Square* masuk didalam kategori moderate.

Tabel 11. Nilai R-Square, Full collinearity VIF dan Q-Suare

	X1	X2	X3	Y
R-Square				0.544
Full Collin VIF	1.178	1.070	2.028	2.195
Q-Square				0.559
Effect size (f ²)	0,089	0.003	0.453	

Sumber : Data Primer diolah (2018)

c. Full Collinearity VIF

Nilai kriteria dari full *Collin VIF* yaitu kurang dari 3,3. Berdasarkan tabel 11. pada setiap indikator telah memenuhi kriteria dari *full Collin VIF* yaitu pada variabel *Personal Attitude* (X1) memiliki nilai sebesar 1,178, *Social Norm* (X2) memiliki nilai sebesar 1,070; dan *Perceived Behavioral Control* (X3) memiliki nilai sebesar 2,028; sedangkan kinerja *Entrepreneurial Intentions* (Y) memiliki nilai sebesar 2,195. Hal tersebut menunjukkan bahwa nilai *full Collin VIF* pada penelitian ini terbebas dari masalah kolineraritas.

d. Q-Squared

Pada nilai *Q-Square* digunakan untuk melihat validitas relevansi dan prediktif dari variabel eksdogen terhadap variabel endogen. Terdapat dua kriteria *Q-Square* yaitu $Q^2 > 0$ yang artinya bahwa nilai tersebut menunjukkan model mempunyai *predictive relevance* sedangkan yang memiliki $Q^2 < 0$ bahwa menunjukkan model kurang memiliki *predictive relevance*. Terdapat kriteria q^2 *predictive relevance* $\geq 0,02$; $\geq 0,15$; $\geq 0,35$ yang artinya pada masing-masing nilai tersebut memiliki nilai lemah, moderate dan kuat. Tabel 11. menunjukkan bahwa nilai *Q-Square* variabel kinerja karyawan (Y) yaitu 0,559 sehingga dapat disimpulkan bahwa model penelitian memiliki *predictive relevance* yang kuat.

e. Effect size (f²)

Nilai *effect size* bertujuan untuk mengetahui besarnya proporsi *variance* variabel eksdogen terhadap variabel endogen. Pada nilai *effect size* mempunyai kriteria yaitu nilai yang $\geq 0,02$ memiliki pengaruh kecil, nilai $\geq 0,15$ memiliki pengaruh menengah dan nilai $\geq 0,35$ memiliki pengaruh besar (Cohen, 1988). Berdasarkan tabel 11. dapat diketahui bahwa variabel *Personal Attitude* (X1) memiliki pengaruh kecil terhadap *Entrepreneurial Intentions* (Y) dengan nilai 0,089. Variabel *Social Norm* (X2) memiliki pengaruh kecil terhadap

Entrepreneurial Intentions (Y) dengan nilai 0,003. Pada variabel *Perceived Behavioral Control* (X3) memiliki pengaruh besar dengan nilai 0,453 terhadap *Entrepreneurial Intentions* (Y).

f. *Goodness of Fit (GoF)*

Tahap terakhir dari evaluasi model struktural *inner model* adalah mengevaluasi *goodness of fit* model. Evaluasi *goodness of fit* dilakukan dengan melihat tiga indikator yakni *average path coefficient* (APC), *average R-Squared* (ARS) dan *average block variance inflation factor* (AVIF).

Tabel 12. Nilai *average path coefficient* (APC), *average R-Squared* (ARS) dan *average block variance inflation factor* (AVIF) dan *goodness of fit* (GoF)

	Nilai	P-Value
Average path coefficient (APC)	0,304	<0,001
Average R-Squared (ARS)	0,544	<0,001
Average block variance inflation factor (AVIF)	1,073	
Goodness of fit (GoF)	0,702	

Sumber : Data Primer diolah (2018)

Pada Tabel 12 menunjukkan bahwa nilai APC sebesar 0,304; ARS sebesar 0,544; dengan P-Value <0,001; dan nilai AVIF 1,073. Kriteria untuk APC dan ARS pada suatu model adalah P-Value <0,05 dan kriteria nilai untuk AVIF <3,3 sehingga data pada tabel 12 menunjukkan bahwa *goodness of fit* model telah terpenuhi. Nilai GoF sebesar 0,702 yang berarti bahwa tingkat *goodness of fit* model besar melebihi ketentuan maksimal untuk GoF yaitu $\geq 0,36$ (Cohen, 1988). Analisa tersebut menunjukkan bahwa model dalam penelitian ini dianggap layak.

Pada penelitian ini dilakukan untuk melihat pengaruh *Personal Attitude*, *Social Norm* dan *Perceived Behavioral Control* terhadap intensi berwirausaha kedai kopi di Kota Malang.

Tabel 13. Nilai Koefisien Jalur dan P-Value

Hipotesis	Korelasi jalur	Koefisien Jalur	P-Value	Ket
H1	<i>Personal Attitude</i> → <i>Entrepreneurial Intentions</i>	0,24	0,05	Terima Ha
H2	<i>Social Norm</i> → <i>Entrepreneurial Intentions</i>	0,02	0,44	Terima Ho
H3	<i>Perceived Behavioral control</i> → <i>Entrepreneurial Intentions</i>	0,65	<0,01	Terima Ha

Sumber : Data Primer diolah (2018)

Pada tabel 13 dapat diketahui bahwa ada 2 variabel yang memiliki koefisien jalur dan nilai *P-Value* yang berpengaruh secara signifikan yaitu variabel *Personal Attitude* dan variabel *Perceived Behavioral control* dengan nilai koefisien jalur masing-masing 0,24 dan 0,65 dan *P-Value* masing yaitu 0,05 dan <0,01. Sedangkan pada variabel *Social Norm* tidak berpengaruh secara signifikan karena menolak H_a dan menerima H_o dengan *P-Value* >0,05.

5.5 Pembahasan

1. Pengaruh *Personal Attitude* terhadap *Entrepreneurial Intentions*

Hasil analisis koefisiensi jalur dan *P-Value* menunjukkan bahwa variabel *Personal Attitude* berpengaruh secara signifikan terhadap *Entrepreneurial Intentions*. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai koefisiensi jalur sebesar 0,24 dan memiliki nilai *P-Value* 0,05. Hurlock dalam Riyanti (2003) menjelaskan bahwa minat adalah sumber motivasi yang mendorong seseorang untuk melakukan apa yang ingin dilakukan bila seseorang bebas memilih. Ketika seseorang menilai bahwa sesuatu akan bermanfaat, maka akan terbentuk minat yang kemudian hal tersebut akan mendatangkan kepuasan. Ketika kepuasan menurun maka minatnya juga akan menurun sehingga minat tidak bersifat permanen, tetapi bersifat sementara atau dapat berubah-ubah. Pendapat ahli tersebut selaras dengan hasil penelitian yang menyatakan bahwa *Personal Attitude* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Entrepreneurial Intentions*.

2. Pengaruh *Social Norm* terhadap *Entrepreneurial Intentions*

Hasil analisis yang diperoleh pada variabel *Social Norm* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *Entrepreneurial Intentions*. Hal tersebut dapat diketahui dari nilai koefisien jalur *Social Norm* terhadap *Entrepreneurial Intentions* sebesar 0,02 dengan nilai *P-Value* 0,44. Sedangkan suatu variabel dapat dikatakan berpengaruh secara signifikan apabila memenuhi syarat *P-Value* <0,05, sehingga *Social Norm* dikatakan tidak berpengaruh signifikan terhadap *Entrepreneurial Intentions*. Hal tersebut tidak selaras dengan pernyataan dari Wijaya (2007), dan Sarwoko (2011) yang menyatakan bahwa norma subjektif berpengaruh secara signifikan terhadap intensi berwirausaha. Menurut hasil analisis kondisi di lapangan, *Social Norm* memiliki pengaruh terhadap

Entrepreneurial Intentions namun masih kurang signifikan. Meskipun memiliki dukungan dari beberapa keluarga, teman atau orang yang dianggap sebagai panutan, masih kurang memiliki pengaruh terhadap intensi wirausaha seseorang dalam memulai usaha kedai kopi.

3. Pengaruh *Perceived Behavioral Control* terhadap *Entrepreneurial Intentions*

Hasil analisis yang diperoleh pada variabel *Perceived Behavioral Control* berpengaruh secara signifikan terhadap *Entrepreneurial Intentions*. Hal tersebut dapat diketahui dari nilai koefisien jalur *Perceived Behavioral Control* terhadap *Entrepreneurial Intentions* sebesar 0,65 dengan *P-Value* <0,01. Hal ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Wijaya (2007), Sarwoko (2011), serta Indarti dan Rostiani (2008) yang menyatakan bahwa *Self efficacy* berpengaruh terhadap intensi berwirausaha. Menurut hasil analisis kondisi di lapang, menemukan bahwa semakin tinggi *self efficacy* maka semakin tinggi pula intensi berwirausaha. Semakin tinggi kepercayaan pada diri sendiri dan kemampuan serta kematangan mental, maka niat berwirausaha juga akan semakin tinggi. Sehingga hal inilah yang membuat *Perceived Behavioral Control* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Entrepreneurial Intentions*.

VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. *Personal Attitude* berpengaruh secara signifikan terhadap *Entrepreneurial Intentions* dengan nilai *P-Value* 0,05. Pengaruh tersebut disebabkan karena adanya niat atau motivasi yang dikeluarkan terhadap diri sendiri akan keyakinan individu terhadap kegiatan wirausaha serta dipercaya mampu memberikan kepuasan terhadap diri sendiri.
2. *Social Norm* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *Entrepreneurial Intentions* karena memiliki nilai *P-Value* yang lebih dari 0,05 yaitu dengan nilai *P-Value* sebesar 0,44. Berdasarkan hasil analisis kondisi dilapang tidak signifikannya pengaruh *Social Norm* terhadap *Entrepreneurial Intentions* disebabkan karena lingkungan dari orang terdekat yang tidak memiliki latar belakang atau pengetahuan mengenai kegiatan wirausaha dan pengolahan kopi sehingga membuat pandangan responden terbatas dengan saran atau masukan yang diberikan orang-orang tersebut sebagai bahan pertimbangan dalam menjalankan kegiatan wirausaha kedai kopi.
3. *Perceived Behavioral Control* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Entrepreneurial Intentions* dengan nilai *P-Value* <0,01. Pengaruh tersebut disebabkan karena tingkat kepercayaan diri dan kematangan mental seseorang berbanding lurus dengan tinggi rendahnya niat berwirausaha yang dimiliki oleh setiap individu. Sehingga semakin tinggi kepercayaan diri serta kematangan mental yang dimiliki maka semakin tinggi pula tingkat keinginan individu tersebut untuk memulai suatu usaha, begitupun sebaliknya.

6.2 Saran

Saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan ialah sebagai berikut :

1. Segala keputusan yang diambil pasti memiliki resiko baik itu besar atau kecil. Begitupun dalam kegiatan berwirausaha, apabila ingin mengambil jalan sebagai seorang wirausaha, sudah selayaknya harus menanggung resiko dari

keputusan tersebut, sehingga untuk mengurangi dampak dari resiko yang diambil sebaiknya, sebelum memilih keputusan sebagai seorang wirausaha terlebih dahulu membuat perencanaan yang matang, memiliki arah dan tujuan yang jelas sehingga kegiatan yang dilakukan berjalan sesuai harapan dan resiko yang diterima mampu ditanggulangi dengan baik.

2. Pergaulan serta lingkungan sangat mempengaruhi intensi seseorang dalam kehidupannya. Perbanyak referensi serta informasi terlebih di era globalisasi seperti saat ini yang memudahkan seseorang untuk mendapatkan informasi dari berbagai macam sumber dan mampu menyaring untuk memilih informasi yang bermanfaat dan terpercaya. Serta perbanyak kegiatan atau aktif berkumpul dalam komunitas/wadah organisasi pengusaha-pengusaha yang ada di Indonesia sehingga mampu menambah ilmu pengetahuan maupun informasi terkait bidang kewirausahaan.
3. Kepercayaan diri yang baik sangatlah dibutuhkan dalam melakukan segala sesuatu agar bisa membuat hasil yang maksimal. Namun kepercayaan diri yang berlebihan justru menimbulkan hasil yang sebaliknya, sehingga kemampuan introspeksi serta mawas diri juga dibutuhkan untuk bisa menilai kemampuan diri sendiri dalam melakukan sesuatu. Kemampuan mental yang baik berasal dari pengalaman yang dilalui seseorang dan belajar dari kesalahan yang telah diperbuat di masa lalu, sehingga memperbanyak pengalaman sebelum memutuskan membuat suatu kegiatan wirausaha serta terus belajar dalam proses menjalankannya adalah kunci untuk membuat usaha tersebut dapat bertahan dan berkembang kearah yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmat, Zakarija. 2010. *Theory of Planned Behavior, Masihkan Relevan?.* Di akses pada tanggal 19 Juli 2018. <http://zakarija.staff.umm.ac.id/.html>.
- Ajzen, I. (1991). *The theory of planned behavior. Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179–211. [http://dx.doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](http://dx.doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (2005). *The influence of attitude on behavior.* The handbook of attitudes, Lawrence Erlbaum associates .
- Alma, Buchari. (2004). “Kewirausahaan”. Bandung: Alfabeta.
- Azwar, Saifuddin. 2007. *Metode Penelitian.* Pustaka Pelajar: Yogyakarta.
- Christanti, D. (2008). Sikap atukah *significant others* yang dapat mempengaruhi intensi membuang sampah sesuai jenisnya. *Jurnal Ilmiah Psikologi Manasa.*
- Endi, Sarwoko. (2011). “Kajian Empiris Entrepreneur Intension Mahasiswa Universitas Kanjuruhan Malang” *Jurnal Ekonomi Bisnis.*
- Frankel, J. P. & Wallen N. E. (2008). *How to Design and Evaluate Research in Education, New York: McGraw-Hill Companies, Inc.*
- Gay, L. R. dan Diehl, P. L., (1992). *Research Methods for Business and Management, MacMillan Publishing Company, New York.*
- Ghozali, Imam dan Hengky Latan. 2012. *Partial Least Squares “ Konsep, Metode, dan Aplikasi Menggunakan Program WarpPLS 5.0.* Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, Joe F. 2014. *Partial Least Squares Structural Equation Modelling (PLS-SEM) : An emerging tool in business research.* European Business Review Vol 26 No. 2 pp 106-121
- Handaru, A. W., Parimita, W., & Subekti, W. (2013). *Entrepreneurial self-efficacy, ethnicity, gender and educational background: Evidence from the kuningan international trade centre, Jakarta, In-donesia.* In F. L., Gaol, S. Kadry, M. Taylor, & S. L. Pak, *Recent Trends in Social and Behaviour Sciences*, pp. 113–118. UK: CRC Press, Taylor & Francis Group.
- Handaru, A. W., Wasposito, A., & Carolina, C. (2013). *Motivational factors, entrepreneurship, gender, and parental background: evidence from the tailor’s guild at sunan giri traditional market, Jakarta, Indonesia.* *China-USA Business Review.*
- Handaru, A. W., Parimita, W., Achmad, A., & Nandiswara, C. (2014). Pengaruh sikap, norma subjektif, dan efikasi diri terhadap intensi ber-wirausaha mahasiswa magister management (kajian empiris pada sebuah universitas negeri). *Jurnal Paramadina.*
- Hendro. 2011. *Dasar-Dasar Kewirausahaan: Panduan Bagi Mahasiswa Untuk Mengenal, Memahami, Dan Memasuki Dunia Bisnis.* Jakarta: Erlangga.
- Indarti, Nurul and Rokhima Rostiani. 2008, *Intensi Kewirausahaan Mahasiswa: Study Perbandingan Antara Indonesia, Jepang dan Norwegia.*

- International Coffe Organitation. 2017 *Tingkat Konsumsi Kopi di Indonesia* diakses pada tanggal 15 Januari 2018. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2017/07/03/berapa-konsumsi-kopi-indonesia>
- Jaya, I Gede Nyoman Mindra., Sumertajaya, I Made. 2008. *Pemodelan Persamaan Struktural Dengan Partial Least Square*. Semnas Matematika dan Pendidikan Matematika.
- Krueger, N. (1993). The impact of Prior enterprenurial exposure on perceptions of new venture feasibility and desirability. *entrepreneurial theory practice*.
- Linan. F., Rodrigues-Cohard.J.C., and J.C. Rueda-Cantuche, 2005. *Facrot Affecting Entrepreneurial Intention Levels*. 45th Congress of the european Regional Science Association, 23-27 Agustus 2005, Amsterdam
- Linan, and Chen, Y. 2007. *Testing the Entrepreneurial Intention Model on a TwoCountry Sample*. Document de Treball num. 06/07. Departement d'Economia de l'Empresa. Univeritat Autonomia de Barcelona
- Linan, Rodriguez-Cohard, J.C. And Guzman, J.2008, *Temporal Stability of the Entrepreneurial intentions: A Longitudinal Study*. 4th European Summer Univrsity Conference on Entrepreneurship. 22nd to 26nd August 2008, Bodo, Norway.
- Linan, and Chen, Y. 2009. Development and Cross-Cultural Application of A Specific Instrument to measure Entrepreneurial Intention. *Entrepreneurship Theory and Practice*.
- McClelland, D., 1971, The Achievement Motive in Economic Growth, in: P.Kilby(ed.)*Journal Entrepreneurship and Economic Development*, NewYork The Free Press,pp.
- Parker, S. C. (2004).*The economics of self-employment and entrepreneurship*. Cambridge Inggris Raya: Cambridge University Press.
- Pradata, Yuni. (2007). *Sajian Kopi ala Café*. AgroMedia Pustaka. Jakarta Selatan
- Ramayah, T. & Harun. (2005). Entrepreneurial Intention Among the Student of University Sains Malaysia (USM). *International Journal of Management and Entrepreneurship*.
- Rahayu, Mintarti. Lili Hendrawati Novadjaja, and Nur Khusniyah Indrawati. (2011). "Intensi Berwirausaha pada Mahasiswa Baru".
- Riyanti, Benedicta Prihatin Dwi, 2003. *Kewirausahaan Dipandang dari SudutPandang Psikologi Kepribadian*, Cetakan Pertama, Penerbit PT Grasindo,Jakarta.
- Sarjono, H. dan W. Julianita (2015), *Structural Equation Modeling (SEM)*, Salemba Empat, Jakarta.
- Setyani, Uni. (2007). Hubungan antara Konsep Diri dengan Intensi Mnyontek pada Siswa SMA. Skripsi. Semarang. Tidak diterbitkan.
- Sofyan, Yamin. 2009. *Struktural Equation Modelling: lebih mudah mengolah data kuesioner dengan Lisrel dan smartPLS*. Salemba Infotek: Jakarta

- Srimulyani, A.V. (2013). Pengaruh kecerdasan adversitas, internal locus of control, dan kematangan karir terhadap intensi berwirausaha pada mahasiswa bekerja. *Widya Warta*.
- Subana, M dan Sudrajat, 2005, Dasar-Dasar Penelitian Ilmiah, Bandung: Pustaka Setia
- Sukirno, R. S. H., & Sutarmanto, H. (2007). Faktor-faktor yang mempengaruhi intensi membeli produk wayang kulit pada masyarakat suku Jawa.
- Sukmana, U. D. (2008). Peran pendidikan kewirausahaan dalam menumbuhkan motivasi (studi tentang pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap motivasi wirausaha mahasiswa universitas kuningan).
- Sumarwan, U. (2003). Perilaku Konsumen – Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Suprpti. W. (2010). Perilaku Konsumen Pemahaman Dasar Dan Aplikasinya Dalam Strategi Pemasaran. Bali : Udayana University Press.
- Teo, Timothy., Lee, Chwee Beng., (2010). Explaining the Intention to Use Technology among Student Teachers: An application of th Theory of Planned Behavior (TPB). *Campus-Wide Information Systems*, Vol. 27, No. 2, 2010, pp. 60-67.
- Tjahjono, H.K., & Ardi, H. (2008). Kajian niat mahasiswa manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta untuk menjadi wirausaha. *Utilitas Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 16, 46-63.
- Umar Husein,. (2005). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Vemmy, S. C. (2013). Faktor-faktor yang mempengaruhi intensi berwirausaha siswa smk di Yogya-karta. *Jurnal Pendidikan Vokasi*.
- Wijaya, T. (2007). Hubungan adversity intelligence dengan intensi berwirausaha studi empiris pada siswa smkn 7 Yogyakarta. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*.
- Wibowo. 2015. Perilaku dalam organisasi edisi 2 . PT Rajagrafindo Persada. Jakarta.
- Yuliana. (2004). Pengaruh sikap terhadap pindah kerja, norma subjektif, *perceived behavioral control* terhadap intensi pindah kerja pada pekerja teknologi informasi. *Phronesis: Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan*, 6(11), 1-18.