

**PERAN MEDIASI MOTIVASI DALAM EFIKASI DIRI,
KREATIVITAS DAN MINAT WIRAUSAHA MAHASISWA
PENDIDIKAN EKONOMI UNIVERSITAS JAMBI**

Muhammad Putra Rasmi¹; Moh. Ihsan²; Tona Aurora Lubis³
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Magister Manajemen,
Universitas Jambi^{1,2,3}
Email : putrarasmi@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh efikasi diri dan kreativitas terhadap minat berwirausaha, serta menguji peran mediasi motivasi berwirausaha pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada fenomena rendahnya tingkat implementasi minat berwirausaha di kalangan mahasiswa, meskipun secara teoritis menunjukkan ketertarikan tinggi terhadap kewirausahaan. Efikasi diri dan kreativitas diidentifikasi sebagai dua faktor psikologis utama yang diyakini mampu membentuk motivasi internal dan minat dalam menjalankan aktivitas kewirausahaan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei dan desain explanatory research. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis jalur (*path analysis*) untuk menguji hubungan langsung dan tidak langsung antar variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa efikasi diri dan kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi berwirausaha. Selanjutnya, motivasi berwirausaha juga berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Selain itu, motivasi terbukti menjadi variabel mediasi parsial antara efikasi diri dan kreativitas terhadap minat berwirausaha. Temuan ini memberikan kontribusi teoritis dalam memahami mekanisme psikologis pembentukan minat berwirausaha dan memberikan implikasi praktis bagi pengembangan kurikulum kewirausahaan di perguruan tinggi. Rekomendasi diberikan agar institusi pendidikan lebih menekankan penguatan efikasi diri dan kreativitas mahasiswa sebagai fondasi pembentukan jiwa kewirausahaan. Penelitian ini juga mendorong integrasi pendidikan kewirausahaan yang berbasis motivasi intrinsik untuk menciptakan generasi job creator yang adaptif dan inovatif.

Kata Kunci : Efikasi Diri; Kreativitas; Motivasi Berwirausaha; Minat Berwirausaha; Mahasiswa

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of self-efficacy and creativity on entrepreneurial interest, as well as to examine the mediating role of entrepreneurial motivation among Economics Education students at the University of Jambi. The background of this study is based on the phenomenon of low levels of entrepreneurial interest among students, despite theoretically showing high levels of interest in entrepreneurship. Self-efficacy and creativity are identified as two primary psychological factors believed to shape internal motivation and interest in engaging in entrepreneurial activities. This study employs a quantitative approach using survey methods and an explanatory research design. The analysis technique used is path analysis to test the direct and indirect relationships between variables. The results of the study indicate that self-efficacy and creativity have a positive and significant

influence on entrepreneurial motivation. Additionally, entrepreneurial motivation also has a positive influence on entrepreneurial interest. Furthermore, motivation was found to be a partial mediating variable between self-confidence and creativity in influencing entrepreneurial interest. These findings contribute theoretically to understanding the psychological mechanisms underlying the formation of entrepreneurial interest and provide practical implications for the development of entrepreneurship curricula in higher education. Recommendations are provided to educational institutions to emphasize strengthening students' self-confidence and creativity as a foundation for fostering entrepreneurial spirit. This research also encourages the integration of entrepreneurship education based on intrinsic motivation to create an adaptive and innovative generation capable of creating job opportunities.

Keywords : Self-Confidence; Creativity; Entrepreneurial Motivation; Entrepreneurial Interest; Students

PENDAHULUAN

Indonesia saat ini tengah menghadapi tantangan struktural dalam bidang ketenagakerjaan, terutama menyangkut tingginya angka pengangguran terdidik. Berdasarkan laporan Badan Pusat Statistik (BPS) pada Februari 2025, tingkat pengangguran terbuka masih berada di angka 4,76%, sebuah realitas yang menunjukkan bahwa dunia kerja belum sepenuhnya mampu menyerap lulusan pendidikan tinggi secara optimal. Kondisi ini diperparah oleh fenomena paradoks di mana semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang, semakin besar kecenderungannya untuk menunda bekerja hingga mendapatkan pekerjaan yang dianggap sesuai dengan bidang keilmuannya. Hal ini menandakan bahwa orientasi mayoritas mahasiswa masih condong pada pencarian kerja (*job seekers*) ketimbang menjadi pencipta lapangan kerja (*job creators*) (Hendrayanti & Fauziyanti, 2020). Padahal, dalam konteks pembangunan ekonomi berkelanjutan, keberadaan wirausahawan muda sangat dibutuhkan sebagai penggerak sektor produktif dan pencipta nilai tambah di masyarakat.

Kewirausahaan diyakini sebagai pendekatan strategis dalam merespons persoalan pengangguran dan dalam waktu bersamaan mendorong kemajuan ekonomi. Pendidikan tinggi berperan sentral dalam membangun ekosistem kewirausahaan melalui penguatan kompetensi dan karakter mahasiswa. Zimmerer, sebagaimana dikutip oleh Suharti dan Sirine (2021), menegaskan bahwa pertumbuhan kewirausahaan di suatu negara sangat ditentukan oleh peran aktif universitas dalam menyelenggarakan pendidikan kewirausahaan yang inovatif dan aplikatif. Namun demikian, berdasarkan hasil pra-survei yang dilakukan terhadap mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi, ditemukan adanya kesenjangan mencolok antara ketertarikan teoritis terhadap

kewirausahaan dan intensi praktis untuk menjadikannya sebagai pilihan karier. Sebanyak 82% mahasiswa menyatakan tertarik mempelajari kewirausahaan, dan 76% ingin memiliki usaha sendiri, tetapi hanya 56% yang benar-benar memilih berwirausaha setelah lulus. Data ini menunjukkan adanya fenomena yang disebut oleh Krueger dan Carsrud (1993) sebagai *entrepreneurial intent funnel*, di mana antusiasme awal terhadap kewirausahaan cenderung mengalami penyaringan dan penurunan seiring meningkatnya ekspektasi dan tantangan implementasi.

Variabel psikologis adalah kunci penting untuk memahami variabel dinamis ini. Salah satu variabel utama yang mempengaruhi kecenderungan kewirausahaan adalah Efikasi Diri (*self-efficacy*). Bandura (1977) menyatakan bahwa *self-efficacy* terkait dengan keyakinan individu dalam kemampuan untuk mengatur dan menerapkan langkah-langkah yang diperlukan untuk mencapai tujuan tertentu. Penelitian Ilhami (2023) menunjukkan bahwa efikasi diri memiliki pengaruh signifikan terhadap intensi berwirausaha mahasiswa, di mana mahasiswa yang meyakini kemampuannya dalam menghadapi tantangan cenderung memiliki minat yang lebih tinggi terhadap aktivitas kewirausahaan. Santoso dan Almadana (2021) turut memperkuat hal ini dengan menyatakan bahwa tingkat efikasi diri yang tinggi dapat memprediksi minat wirausaha mahasiswa secara positif. Dalam hal ini, efikasi diri menjadi instrumen kognitif dan afektif yang mampu memengaruhi keberanian mengambil risiko dan daya tahan dalam menghadapi ketidakpastian. Efikasi Diri sebagai variabel independen diukur oleh empat indikator seperti, Pengalaman penguasaan, Pengalaman Pribadi, Persuasi Sosial dan Peningkatan Fisik dan Psikologis (Zulkarnaen, W., & Kusmayadi, T., 2013).

Selain efikasi diri, kreativitas juga memainkan peran sentral dalam menumbuhkan minat berwirausaha. Widyaningsih (2020) membuktikan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kreativitas dan minat wirausaha mahasiswa. Kreativitas, sebagaimana dijelaskan oleh Zimmerer (2006), merupakan proses menghasilkan ide-ide baru dan menemukan pendekatan alternatif dalam memecahkan masalah serta mengeksplorasi peluang. Dalam penelitian Abu et al. (2023), ditemukan bahwa kreativitas tidak berdiri sendiri, melainkan berinteraksi dengan efikasi diri dalam membentuk intensi berwirausaha. Kreativitas memungkinkan mahasiswa untuk merumuskan ide-ide bisnis yang unik dan bernilai, sementara efikasi diri memberikan keyakinan untuk mewujudkan ide tersebut menjadi usaha nyata.

Namun demikian, efikasi diri dan kreativitas tidak akan memberikan kontribusi optimal jika tidak diiringi oleh motivasi berwirausaha, yang berperan sebagai variabel mediasi dalam proses pembentukan minat wirausaha. Motivasi, khususnya motivasi intrinsik, menjadi daya dorong internal yang mendorong mahasiswa untuk mewujudkan minat menjadi tindakan konkret. Samsudin (2010) menjelaskan bahwa motivasi adalah proses mempengaruhi atau mendorong seseorang agar mereka mau melaksanakan sesuatu yang telah ditetapkan. Dalam konteks kewirausahaan, motivasi dapat menjembatani kesenjangan antara potensi dan aktualisasi. Saptadi et al. (2021) membuktikan bahwa motivasi berwirausaha memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap intensi berwirausaha, dan dapat ditingkatkan melalui pendidikan dan pelatihan yang tepat.

Dengan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara komprehensif pengaruh efikasi diri dan kreativitas terhadap minat berwirausaha mahasiswa, dengan mempertimbangkan peran mediasi motivasi berwirausaha. Penelitian ini difokuskan pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi karena mereka memiliki posisi strategis dalam pengembangan kewirausahaan yang berbasis pengetahuan ekonomi dan pendidikan. Penelitian ini mengintegrasikan pendekatan psikologis dan pedagogis untuk membangun pemahaman baru mengenai pembentukan intensi wirausaha dalam konteks pendidikan tinggi.

Secara teoretis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian literatur mengenai hubungan antar variabel psikologis dalam konteks kewirausahaan mahasiswa, serta mengisi gap penelitian sebelumnya yang masih minim menelaah integrasi antara efikasi diri, kreativitas, dan motivasi dalam satu model struktural. Sementara secara praktis, hasil penelitian ini dapat dijadikan dasar dalam merancang kurikulum kewirausahaan yang lebih personalisasi, menekankan pembentukan karakter, keberanian mengambil risiko, dan kemampuan inovatif. Rekomendasi strategis dari penelitian ini mencakup pengembangan program mentoring, pelatihan berbasis proyek (*project-based learning*), serta peningkatan pengalaman langsung dalam mengelola usaha kecil berbasis kampus.

Sebagai saran implikatif, penelitian ini juga menyarankan agar institusi pendidikan merancang program inkubasi bisnis yang menempatkan penguatan efikasi diri dan stimulasi kreativitas sebagai fondasi utama. Peningkatan motivasi intrinsik

melalui pemberian ruang kebebasan berekspresi, dukungan sosial, dan penguatan nilai kebermanaknaan dalam berwirausaha diharapkan dapat menciptakan generasi wirausahawan muda yang adaptif dan berkelanjutan. Sejalan dengan semangat Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM), mahasiswa diharapkan tidak hanya menjadi lulusan yang kompeten, tetapi juga mampu menjadi aktor perubahan yang menciptakan peluang, bukan sekadar pencari peluang.

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Minat wirausaha adalah kecenderungan psikologis yang mencerminkan kepentingan individu untuk aktif dan berkelanjutan dalam kegiatan wirausaha. Dalam konteks mahasiswa, terutama bagi mahasiswa dalam pendidikan ekonomi di Universitas Jambi, minat ini merupakan indikator penting dari kesiapan untuk berubah dari pencari kerja menjadi pencipta kerja. Menurut teori perilaku yang direncanakan (Ajzen, 1991), niat atau niat adalah prediktor utama perilaku aktual dan dibentuk oleh tiga komponen utama. Mengatasi tantangan dan melakukan tugas. Berdasarkan hal ini, secara langsung mempengaruhi kepentingan pengusaha (H3) secara tidak langsung melalui self-efficacy untuk kepentingan pengusaha (H3) dan motivasi pengusaha (H6). Efek diri (Bandura, 1997) didefinisikan sebagai keyakinan individu dalam kemampuan untuk mengatur dan menerapkan langkah-langkah yang diperlukan untuk sukses. Di bidang kewirausahaan, ini disebut wirausaha *self-efficacy* (ESE). dan telah terbukti menjadi prediktor kuat terhadap motivasi berwirausaha (H1) dan minat berwirausaha (H3) mahasiswa. Mahasiswa dengan tingkat efikasi diri tinggi cenderung merasa lebih mampu dan percaya diri dalam mengambil risiko dan menjalankan ide bisnis. Penelitian oleh Mulyanto dan Budi (2024) menegaskan bahwa efikasi diri yang tinggi sering kali diperkuat oleh literasi kewirausahaan, yang memberikan bekal kognitif dan afektif bagi mahasiswa dalam menghadapi tantangan wirausaha.

Di samping efikasi diri, kreativitas juga memainkan peran penting dalam membentuk minat berwirausaha. Kreativitas didefinisikan sebagai kemampuan individu dalam menghasilkan ide-ide yang orisinal dan inovatif serta memiliki nilai guna. Kreativitas memungkinkan mahasiswa untuk mengeksplorasi dan menciptakan peluang bisnis secara unik, sehingga memengaruhi motivasi berwirausaha (H2) maupun minat berwirausaha secara langsung (H4). Mahasiswa yang memiliki kemampuan berpikir

kreatif lebih mudah menyesuaikan diri dengan dinamika pasar dan cenderung lebih termotivasi untuk menjadi wirausahawan (Widyaningsih, 2020; Arni et al., 2022).

Motivasi berwirausaha merupakan dorongan internal yang membuat individu terlibat aktif dalam kegiatan kewirausahaan. Motivasi ini tidak hanya dipengaruhi oleh faktor internal seperti efikasi diri dan kreativitas, tetapi juga menjadi penggerak utama munculnya minat aktual terhadap kewirausahaan (H5). Beberapa studi, seperti oleh Hasanah dan Azizah (2021) serta Dewi et al. (2024), menunjukkan bahwa motivasi dapat berperan sebagai variabel mediasi antara efikasi diri dan minat berwirausaha (H6) serta antara kreativitas dan minat berwirausaha (H7). Artinya, efikasi diri dan kreativitas dapat meningkatkan minat berwirausaha baik secara langsung maupun tidak langsung melalui peningkatan motivasi.

Berdasarkan sintesis teoritis dan temuan empiris tersebut, dapat dirumuskan bahwa minat berwirausaha mahasiswa dibentuk oleh pengaruh langsung dan tidak langsung dari efikasi diri dan kreativitas melalui motivasi sebagai variabel mediasi. Maka dari itu, penting bagi pendidikan tinggi, khususnya program studi Pendidikan Ekonomi, untuk mengintegrasikan strategi pengembangan efikasi diri, pelatihan kreativitas, dan penguatan motivasi kewirausahaan dalam kurikulum kewirausahaan mereka, guna menumbuhkan semangat dan kesiapan berwirausaha pada mahasiswa. Berdasarkan teori-teori yang relevan, penelitian-penelitian terdahulu, dan argumentasi logis yang telah diuraikan, maka hipotesis yang dikembangkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H1: Efikasi diri berpengaruh positif terhadap motivasi berwirausaha pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi.
- H2: Kreativitas berpengaruh positif terhadap motivasi berwirausaha pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi.
- H3: Efikasi diri berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi.
- H4: Kreativitas berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi.
- H5: Motivasi berwirausaha berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi.
- H6: Efikasi diri berpengaruh terhadap minat berwirausaha melalui motivasi

berwirausaha sebagai variabel mediasi.

H7: Kreativitas berpengaruh terhadap minat berwirausaha melalui motivasi
berwirausaha sebagai variabel mediasi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain *explanatory research* yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan kausal antara variabel independen efikasi diri dan kreativitas terhadap variabel dependen minat berwirausaha, dengan motivasi berwirausaha sebagai variabel mediasi. Desain ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk menguji pengaruh langsung maupun tidak langsung antar variabel melalui model kausal yang terstruktur. Seperti ditegaskan oleh Sugiyono (2019), penelitian eksplanatori digunakan untuk menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel penelitian berdasarkan teori dan hipotesis yang telah dirumuskan. Penelitian ini dilaksanakan di lingkungan Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi, yang dipilih secara purposif karena memiliki karakteristik akademik yang mendukung pengembangan minat kewirausahaan berbasis ilmu ekonomi dan pendidikan.

Populasi penelitian ini adalah semua mahasiswa aktif dalam Program S1 Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi, yang berfokus pada total 110 mahasiswa. Sampel penelitian ditentukan secara total sampling karena jumlah populasi relatif kecil dan memungkinkan untuk dianalisis secara menyeluruh. Penelitian ini menggunakan unit analisis individu mahasiswa sebagai subjek yang dianggap memiliki pengalaman dan pemahaman yang relevan terhadap tema kewirausahaan. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui survei menggunakan kuesioner tertutup yang disusun berdasarkan indikator dari masing-masing variabel yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik ini dipilih karena dianggap paling efektif untuk memperoleh data kuantitatif dalam jumlah besar secara efisien (Sugiyono, 2019).

Definisi operasional dari masing-masing variabel dirumuskan secara spesifik untuk menjaga kejelasan dan akurasi pengukuran. Variabel efikasi diri didefinisikan sebagai keyakinan individu terhadap kemampuan dirinya dalam melaksanakan tindakan kewirausahaan secara efektif. Instrumen efikasi diri terdiri dari tujuh butir pernyataan berdasarkan indikator dari Komarraju dan Nadler (2023) yang meliputi tingkatan (*level*), kekuatan (*strength*), dan generalisasi (*generality*). Variabel kreativitas merujuk pada kemampuan menghasilkan ide yang orisinal, inovatif, dan aplikatif. Instrumen

kreativitas terdiri dari lima pernyataan dengan mengacu pada indikator yang dikembangkan oleh Hughes et al. (2019), yakni fluency (kelancaran berpikir), flexibility (keluwesan), originality (keunikan ide), dan elaboration (pengembangan ide). Sementara itu, motivasi wirausaha didefinisikan sebagai dorongan internal individu untuk menemukan dan memimpin perusahaan, diukur dalam enam pernyataan berdasarkan dimensi Venesaar Sungkowati (2022): enam pernyataan berdasarkan faktor kebebasan, aktivitas diri dan faktor dorongan. Adapun minat berwirausaha didefinisikan sebagai kecenderungan individu untuk memilih dan menjalankan aktivitas kewirausahaan sebagai pilihan karier, yang diukur melalui enam item yang disusun berdasarkan indikator minat dari Zunaedy et al. (2021).

Instrumen penelitian dikembangkan dalam skala Likert lima poin, dengan alternatif jawaban mulai dari "sangat tidak setuju" (1) hingga "sangat setuju" (5). Sebelum digunakan, instrumen diuji validitas dan reliabilitasnya. Uji validitas dilakukan melalui analisis korelasi item-total, sedangkan reliabilitas diuji menggunakan koefisien Cronbach's Alpha. Semua instrumen dinyatakan valid dan reliabel dengan nilai alpha di atas 0,7, yang menunjukkan konsistensi internal yang tinggi. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis jalur (*path analysis*), yang bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh langsung dan tidak langsung antar variabel. Path analysis dianggap sesuai karena mampu menggambarkan model struktural kompleks yang melibatkan hubungan mediasi (Ghozali, 2018). Sebelum melakukan analisis jalur, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji linearitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas guna memastikan terpenuhinya syarat validitas regresi linear.

Pengujian hipotesis dilakukan melalui dua tahap. Pertama, pengaruh langsung antar variabel diuji menggunakan regresi linear berganda dengan teknik *t-test* parsial. Kedua, pengujian efek mediasi dilakukan dengan pendekatan Sobel test yang mengukur signifikansi pengaruh tidak langsung dari variabel independen terhadap variabel dependen melalui mediator. Semua analisis dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi terbaru, dan tingkat signifikansi yang digunakan adalah 0,05. Hasil analisis diinterpretasikan untuk menguji ketujuh hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya, guna mengetahui hubungan kausalitas antara efikasi diri, kreativitas, motivasi berwirausaha, dan minat berwirausaha mahasiswa.

Dengan pendekatan metodologis yang sistematis dan berbasis teori serta data empiris, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pengembangan model teoritis kewirausahaan berbasis psikologis dalam konteks pendidikan tinggi di Indonesia. Validitas metodologis ini sekaligus memperkuat generalisasi temuan, khususnya dalam konteks mahasiswa pendidikan ekonomi yang sedang bertransformasi menuju ekosistem kewirausahaan kampus.

HASIL PENELITIAN DAN DISKUSI

Hasil Analisis Jalur (Path Analysis)

a. Analisis Pengaruh Langsung Antar Variabel

Implementasi analisis jalur dalam penelitian ini mengadopsi pendekatan pemodelan persamaan struktural untuk mengidentifikasi dan mengkuantifikasi hubungan kausal antar variabel penelitian. Analisis dilakukan melalui dua tahap struktural utama yang memungkinkan pemahaman komprehensif tentang mekanisme pembentukan minat berwirausaha mahasiswa melalui interaksi kompleks antara faktor psikologis dan motivasional.

Hasil analisis jalur struktur pertama mengungkap temuan signifikan mengenai determinan psikologis yang memengaruhi motivasi berwirausaha mahasiswa. Efikasi diri menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi berwirausaha dengan koefisien *standardized beta* sebesar 0,514, yang dikonfirmasi melalui nilai *t*-hitung 6,227 yang secara substansial melampaui nilai *t*-tabel 1,98177 pada tingkat signifikansi 0,05 ($\text{sig} = 0,000 < 0,05$). Besaran koefisien ini mengindikasikan bahwa setiap peningkatan satu unit standar deviasi dalam efikasi diri akan menghasilkan peningkatan 0,514 unit standar deviasi dalam motivasi berwirausaha, dengan asumsi variabel lain dianggap konstan. Temuan ini mengonfirmasi proposisi teoretis dari Teori Kognitif Sosial yang menekankan peran fundamental keyakinan diri dalam membangkitkan motivasi untuk terlibat dalam aktivitas yang menantang seperti kewirausahaan. Persamaan regresi yang terbentuk ($Z = 11,933 + 0,430X_1$) menunjukkan bahwa konstanta positif mengindikasikan adanya tingkat dasar motivasi berwirausaha yang independen dari efikasi diri, sementara koefisien kemiringan positif menegaskan hubungan yang searah dan proporsional antara kedua konstruk.

Dalam konteks yang sama, kreativitas menunjukkan kontribusi signifikan terhadap pembentukan motivasi berwirausaha dengan koefisien *standardized beta* 0,442

($t\text{-hitung} = 5,122 > t\text{-tabel} = 1,98177$; $\text{sig} = 0,000 < 0,05$). Meskipun besaran pengaruh kreativitas terhadap motivasi berwirausaha sedikit lebih rendah dibandingkan efikasi diri, temuan ini tetap mengindikasikan peran substansial kemampuan berpikir inovatif dalam membangkitkan dorongan kewirausahaan. Persamaan regresi yang dihasilkan ($Z = 14,691 + 0,474X_2$) menunjukkan konstanta yang lebih tinggi dibandingkan model efikasi diri, mengindikasikan bahwa kreativitas memiliki efek dasar yang berbeda dalam membentuk motivasi berwirausaha. Koefisien kemiringan 0,474 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu unit dalam kreativitas akan menghasilkan peningkatan 0,474 unit dalam motivasi berwirausaha. Temuan ini sejalan dengan literatur kewirausahaan yang menekankan kreativitas sebagai katalis dalam mengidentifikasi peluang bisnis dan mengembangkan solusi inovatif yang pada gilirannya membangkitkan antusiasme dan motivasi untuk mengejar peluang kewirausahaan.

Transisi ke analisis jalur struktur kedua mengungkap dinamika yang lebih kompleks dalam pembentukan minat berwirausaha sebagai variabel hasil utama. Efikasi diri menunjukkan pengaruh langsung yang paling dominan terhadap minat berwirausaha dengan koefisien *standardized beta* 0,583 ($t\text{-hitung} = 7,453 > t\text{-tabel} = 1,98177$; $\text{sig} = 0,000 < 0,05$). Besaran koefisien ini merepresentasikan pengaruh yang substansial, mengindikasikan bahwa keyakinan mahasiswa terhadap kemampuan kewirausahaan mereka merupakan prediktor terkuat dalam pembentukan minat berwirausaha. Persamaan regresi $Y = 12,788 + 0,438X_1$ menunjukkan hubungan linear yang kuat dengan konstanta positif yang mengindikasikan adanya tingkat minat intrinsik terhadap kewirausahaan yang tidak bergantung pada efikasi diri. Temuan ini mengonfirmasi proposisi dari Teori Kognitif Sosial Bandura yang menekankan bahwa keyakinan efikasi diri berfungsi sebagai determinan utama dalam pembentukan intensi perilaku dan perilaku yang terarah pada tujuan.

Kreativitas menunjukkan kontribusi yang hampir setara dalam membentuk minat berwirausaha dengan koefisien *standardized beta* 0,539 ($t\text{-hitung} = 6,645 > t\text{-tabel} = 1,98177$; $\text{sig} = 0,000 < 0,05$). Persamaan regresi $Y = 14,907 + 0,518X_2$ mengindikasikan bahwa kreativitas memiliki efek dasar yang lebih tinggi dibandingkan efikasi diri dalam membentuk minat berwirausaha, sebagaimana tercermin dari nilai konstanta yang lebih besar. Koefisien kemiringan 0,518 menunjukkan bahwa kemampuan kreatif mahasiswa berkontribusi substansial dalam mengembangkan

orientasi kewirausahaan melalui kemampuan mengidentifikasi peluang inovatif dan mengembangkan solusi kreatif untuk masalah yang ada. Temuan ini mendukung literatur yang menekankan kreativitas sebagai kompetensi inti dalam kewirausahaan yang memungkinkan individu untuk mengidentifikasi dan memanfaatkan peluang bisnis yang tidak terlihat oleh orang lain.

Motivasi berwirausaha, sebagai variabel mediator, menunjukkan pengaruh langsung yang signifikan terhadap minat berwirausaha dengan koefisien standardized beta 0,569 ($t\text{-hitung} = 7,189 > t\text{-tabel} = 1,98177$; $\text{sig} = 0,000 < 0,05$). Persamaan regresi $Y = 12,681 + 0,510Z$ menunjukkan bahwa dorongan internal mahasiswa untuk berwirausaha berkontribusi substansial dalam transformasi potensi kewirausahaan menjadi minat konkret untuk terlibat dalam aktivitas kewirausahaan. Besaran koefisien yang substansial ini mengindikasikan bahwa dorongan motivasional berfungsi sebagai kekuatan penggerak yang mengubah keyakinan kognitif dan kemampuan kreatif menjadi intensi perilaku yang dapat diimplementasikan.

b. Analisis Efek Mediasi dan Pengaruh Tidak Langsung

Kompleksitas mekanisme psikologis dalam pembentukan minat berwirausaha diungkap melalui analisis efek mediasi yang canggih. Pengujian efek mediasi dilakukan menggunakan pendekatan Baron dan Kenny yang dikombinasikan dengan uji Sobel untuk mengonfirmasi signifikansi statistik dari efek tidak langsung. Analisis jalur sub struktur ketiga mengungkap peran kritis motivasi berwirausaha sebagai mediator dalam hubungan antara efikasi diri dan minat berwirausaha.

Hasil analisis menunjukkan bahwa efikasi diri memengaruhi minat berwirausaha melalui dua jalur yang berbeda namun saling melengkapi. Efek langsung dari efek diri pada minat berwirausaha 0,583 menunjukkan bahwa kepercayaan diri mahasiswa dapat secara langsung diubah menjadi kepentingan wirausaha tanpa melalui mekanisme mediasi. Namun, efek tidak langsung melalui motivasi berwirausaha sebesar 0,292 (hasil perkalian $0,514 \times 0,569$) menunjukkan adanya mekanisme mediasi yang signifikan. Efek total sebesar 0,875 mengindikasikan bahwa kombinasi jalur langsung dan tidak langsung menghasilkan pengaruh yang substansial dan komprehensif dari efikasi diri terhadap minat berwirausaha.

Signifikansi statistik dari efek mediasi dikonfirmasi melalui uji Sobel yang menghasilkan nilai $t\text{-hitung}$ 5,407, yang secara signifikan melampaui nilai kritis $t\text{-tabel}$

1,98177 pada tingkat signifikansi 0,05. Perhitungan standar error untuk efek tidak langsung ($Sab = 0,054$) menunjukkan presisi yang memadai dalam estimasi efek mediasi. Formula uji Sobel $Sab =$

$\sqrt{[(0,569)^2(0,069)^2 + (0,514)^2(0,071)^2 + (0,069)^2(0,071)^2]} = \sqrt{[0,00162 + 0,00132 + 0,000025]} = 0,054$ menghasilkan rasio $t = 0,292/0,054 = 5,407$, yang mengonfirmasi signifikansi statistik dari efek mediasi. Temuan ini mengindikasikan bahwa motivasi berwirausaha berfungsi sebagai mediator parsial yang mengubah efikasi diri menjadi minat berwirausaha melalui proses transformasi psikologis yang melibatkan internalisasi dari keyakinan diri menjadi dorongan motivasional dan selanjutnya menjadi intensi perilaku.

Pola mediasi yang serupa namun dengan karakteristik yang berbeda teridentifikasi dalam hubungan antara kreativitas dan minat berwirausaha melalui motivasi berwirausaha. Analisis jalur sub struktur keempat mengungkapkan bahwa kreativitas memengaruhi minat berwirausaha dengan efek langsung sebesar 0,539 dan efek tidak langsung melalui motivasi berwirausaha sebesar 0,251 (hasil perkalian $0,442 \times 0,569$). Efek total sebesar 0,790 menunjukkan bahwa kreativitas memiliki pengaruh komprehensif terhadap minat berwirausaha, meskipun dengan besaran yang sedikit lebih rendah dibandingkan efikasi diri.

Uji Sobel untuk mediasi kreativitas menghasilkan nilai t -hitung $4,048 > t$ -tabel 1,98177, mengonfirmasi signifikansi statistik dari efek mediasi. Perhitungan standar error $Sab =$

$\sqrt{[(0,569)^2(0,093)^2 + (0,442)^2(0,071)^2 + (0,093)^2(0,071)^2]} = \sqrt{[0,00292 + 0,00097 + 0,000045]} = 0,062$ menghasilkan rasio $t = 0,251/0,062 = 4,048$. Meskipun terdapat sedikit ketidakkonsistenan dalam dokumentasi (nilai t -hitung dilaporkan sebagai 4,408 dalam beberapa bagian), nilai yang dihitung (4,048) tetap secara signifikan melampaui ambang batas signifikansi statistik, mengonfirmasi validitas efek mediasi.

Temuan mediasi ini mengindikasikan bahwa baik efikasi diri maupun kreativitas tidak beroperasi secara terisolasi dalam membentuk minat berwirausaha, melainkan melalui interaksi kompleks dengan sistem motivasional yang berfungsi sebagai mekanisme penggerak. Mediasi parsial yang teridentifikasi menunjukkan bahwa meskipun jalur langsung tetap signifikan, peningkatan motivasional berfungsi sebagai mekanisme penguat yang memperkuat transformasi dari anteseden psikologis menjadi

intensi perilaku.

c. Evaluasi Komprehensif Model Struktural

Model struktural yang dikembangkan dalam penelitian ini menunjukkan validitas konstruk yang robust dengan seluruh tujuh hipotesis penelitian (H1-H7) diterima pada tingkat signifikansi 0,05. Penerimaan komprehensif dari semua hubungan yang dihipotesiskan mengindikasikan bahwa kerangka teoretis yang dibangun berdasarkan Teori Kognitif Sosial dan literatur kewirausahaan memiliki dukungan empiris yang kuat dalam konteks mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi.

Evaluasi kesesuaian model mengungkap karakteristik yang penting untuk interpretasi temuan. Nilai term error e_1 sebesar 0,812 mengindikasikan bahwa proporsi varians dalam motivasi berwirausaha yang dapat dijelaskan oleh efikasi diri dan kreativitas adalah sebesar $(1 - 0,812^2) = 0,341$ atau 34,1%. Sementara itu, nilai e_2 sebesar 0,701 menunjukkan bahwa proporsi varians dalam minat berwirausaha yang dapat dijelaskan oleh efikasi diri, kreativitas, dan motivasi berwirausaha adalah sebesar $(1 - 0,701^2) = 0,509$ atau 50,9%. Meskipun terdapat proporsi varians yang substansial yang tidak dapat dijelaskan oleh model (65,9% untuk motivasi berwirausaha dan 49,1% untuk minat berwirausaha), hal ini dapat dipahami dalam konteks kompleksitas fenomena kewirausahaan yang dipengaruhi oleh berbagai faktor yang mencakup determinan individual, sosial, kultural, dan institusional.

Varians yang tidak dapat dijelaskan yang relatif besar mengindikasikan bahwa meskipun faktor psikologis seperti efikasi diri dan kreativitas merupakan prediktor penting, terdapat faktor tambahan yang belum diinkorporasikan dalam model yang juga berkontribusi dalam pembentukan motivasi dan minat berwirausaha. Literatur kewirausahaan menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti latar belakang keluarga, model peran, dukungan institusional, persepsi peluang, toleransi risiko, dan modal sosial juga berperan signifikan dalam pembentukan intensi kewirausahaan. Keterbatasan daya penjelas ini tidak mengurangi validitas model teoretis yang dikembangkan, namun mengindikasikan peluang untuk penelitian masa depan dalam mengembangkan model yang lebih komprehensif yang mengintegrasikan determinan psikologis, sosial, dan kontekstual.

Implikasi Teoretis dan Kontribusi Ilmiah

Temuan empiris dari analisis jalur ini memberikan kontribusi signifikan terhadap

tubuh pengetahuan dalam pendidikan kewirausahaan dan psikologi terapan. Konfirmasi empiris terhadap efek langsung dari efikasi diri dan kreativitas terhadap motivasi dan minat berwirausaha memperkuat fondasi teoretis dari Teori Kognitif Sosial dalam konteks kewirausahaan. Secara spesifik, temuan ini mendukung proposisi Bandura bahwa keyakinan efikasi diri berfungsi sebagai determinan kunci dalam penetapan tujuan, pengeluaran usaha, dan persistensi dalam menghadapi tantangan.

Penemuan efek mediasi yang signifikan menambah nuansa penting dalam pemahaman tentang mekanisme psikologis yang mendasari pembentukan intensi kewirausahaan. Mediasi parsial yang teridentifikasi menunjukkan bahwa proses motivasional berfungsi sebagai mekanisme transmisi penting yang mengubah keyakinan kognitif dan kemampuan kreatif menjadi intensi perilaku yang konkret. Hal ini mengindikasikan bahwa intervensi untuk meningkatkan intensi kewirausahaan harus mempertimbangkan tidak hanya peningkatan langsung dari efikasi diri dan kreativitas, tetapi juga optimisasi dari dorongan motivasional yang berfungsi sebagai kekuatan penggerak.

Model yang dikembangkan juga berkontribusi dalam pemahaman teoretis tentang dampak diferensial dari anteseden psikologis. Temuan bahwa efikasi diri memiliki efek yang sedikit lebih kuat dibandingkan kreativitas dalam membentuk baik motivasi maupun minat berwirausaha mengindikasikan kepentingan hierarkis dari konstruk psikologis yang berbeda. Hal ini menunjukkan bahwa intervensi pembangunan kepercayaan diri mungkin memiliki prioritas yang lebih tinggi dibandingkan program peningkatan kreativitas, meskipun keduanya tetap penting dalam pendidikan kewirausahaan yang komprehensif.

Secara metodologis, penerapan yang berhasil dari analisis jalur dalam mengidentifikasi dan mengkuantifikasi hubungan kompleks antar konstruk psikologis mendemonstrasikan utilitas dari pendekatan pemodelan persamaan struktural dalam penelitian kewirausahaan. Ketahanan temuan, sebagaimana diindikasikan oleh signifikansi yang konsisten di seluruh hubungan yang dihipotesiskan, memberikan kepercayaan dalam generalisabilitas hasil dalam konteks dan populasi yang serupa.

Kontribusi praktis dari penelitian ini terletak pada identifikasi jalur kausal yang spesifik yang dapat menjadi target intervensi pendidikan. Pemahaman bahwa motivasi berwirausaha berfungsi sebagai mediator menyarankan bahwa program pendidikan

kewirausahaan yang efektif harus mengadopsi pendekatan yang holistik yang tidak hanya fokus pada pengembangan keterampilan teknis, tetapi juga pada penguatan aspek psikologis dan motivasional yang mendasari minat kewirausahaan. Implikasi ini memberikan panduan empiris untuk pengembangan kurikulum dan pedagogi yang lebih efektif dalam konteks pendidikan kewirausahaan di tingkat perguruan tinggi.

KESIMPULAN

Penelitian ini mengonfirmasi bahwa efikasi diri dan kreativitas berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi, dengan motivasi berwirausaha sebagai mediator parsial. Seluruh tujuh hipotesis diterima pada tingkat signifikansi 0,05, di mana efikasi diri menunjukkan pengaruh terkuat terhadap minat berwirausaha ($\beta = 0,583$; $t = 7,453$), diikuti motivasi berwirausaha ($\beta = 0,569$; $t = 7,189$) dan kreativitas ($\beta = 0,539$; $t = 6,645$). Efek mediasi motivasi berwirausaha terkonfirmasi signifikan melalui uji Sobel, dengan efek tidak langsung sebesar 0,292 untuk jalur efikasi diri dan 0,251 untuk jalur kreativitas. Model struktural mampu menjelaskan 50,9% ragam minat berwirausaha, memperkuat keabsahan Teori Kognitif Sosial dalam konteks pembentukan intensi kewirausahaan.

Implikasi Penelitian

Temuan penelitian memberikan implikasi praktis penting bagi pengembangan pendidikan kewirausahaan di perguruan tinggi. Lembaga pendidikan disarankan merancang kurikulum kewirausahaan yang menyeluruh dengan fokus pada penguatan efikasi diri melalui program bimbingan, pembelajaran berbasis pengalaman, dan berbagi kisah sukses untuk membangun keyakinan mahasiswa terhadap kemampuan kewirausahaan mereka. Program perangsangan kreativitas perlu diintegrasikan melalui lokakarya pemikiran desain, tantangan inovasi, dan sesi pemecahan masalah kreatif yang mendorong mahasiswa menghasilkan gagasan bisnis yang inovatif. Peningkatan motivasi berwirausaha dapat dilakukan melalui pengembangan inkubasi bisnis kampus, pemaparan terhadap teladan wirausahawan, dan penciptaan lingkungan akademik yang mendukung kegiatan kewirausahaan. Pelaksanaan program Merdeka Belajar Kampus Merdeka dapat dioptimalkan dengan mengintegrasikan ketiga komponen psikologis ini sebagai fondasi transformasi paradigma dari pencari kerja menuju pencipta lapangan kerja.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diakui. Pertama, rancangan potong lintang yang digunakan membatasi kemampuan untuk menentukan hubungan sebab- akibat yang pasti dan memahami dinamika temporal pembentukan minat berwirausaha. Kedua, ruang lingkup penelitian terbatas pada satu program studi di satu universitas, yang dapat membatasi kemampuan generalisasi temuan pada konteks yang lebih luas. Ketiga, model penelitian hanya menjelaskan 50,9% ragam minat berwirausaha, mengindikasikan adanya faktor- faktor penting lainnya yang belum dipertimbangkan seperti latar belakang keluarga, modal sosial, dukungan kelembagaan, persepsi peluang, dan toleransi risiko. Keempat, penggunaan kuesioner laporan diri dapat menimbulkan bias respons dan bias keinginan sosial. Kelima, penelitian ini berfokus pada faktor-faktor psikologis individual tanpa mempertimbangkan pengaruh faktor kontekstual dan lingkungan yang dapat memoderasi hubungan antar variabel.

Saran Penelitian Masa Depan

Berdasarkan keterbatasan yang diidentifikasi, penelitian masa depan disarankan menggunakan rancangan longitudinal untuk memahami proses pembentukan minat berwirausaha dari waktu ke waktu dan mengidentifikasi faktor-faktor yang menyebabkan perubahan intensi kewirausahaan mahasiswa. Perluasan ruang lingkup penelitian pada berbagai lembaga dan program studi akan meningkatkan validitas eksternal dan kemampuan generalisasi temuan. Pengembangan model yang lebih menyeluruh dengan mengintegrasikan variabel kontekstual seperti dukungan keluarga, norma sosial, infrastruktur kewirausahaan kampus, dan kondisi ekonomi daerah akan memberikan pemahaman yang lebih holistik. Penelitian selanjutnya juga disarankan menggunakan pendekatan metode campuran yang mengombinasikan data kuantitatif dengan wawancara mendalam untuk menggali mekanisme psikologis yang mendasari pembentukan minat berwirausaha. Studi perbandingan antar budaya dan lembaga akan memperkaya pemahaman tentang pengaruh faktor kontekstual dalam model intensi kewirausahaan. Terakhir, penelitian lanjutan yang mengukur perilaku kewirausahaan aktual, bukan hanya intensi, akan memberikan validitas prediktif yang lebih kuat terhadap model yang dikembangkan.

Ucapan Terima Kasih

Penulis Menyampaikan Ucapan Terima kasih yang tulus kepada Program Studi

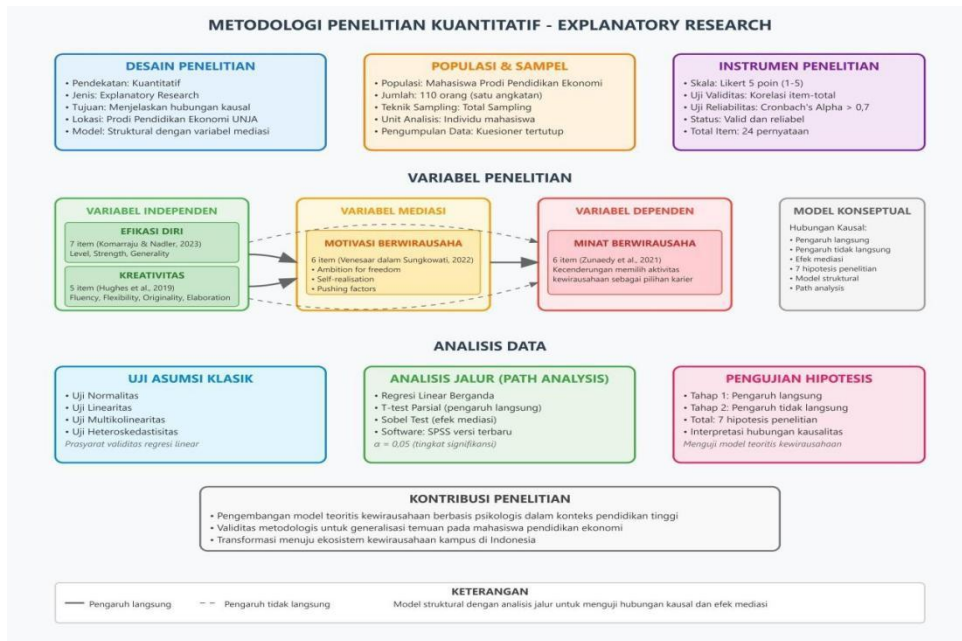
Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jambi yang telah memberikan izin, dukungan, serta akses terhadap data dan responden sehingga penelitian ini dapat terlaksana dengan baik. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada seluruh dosen dan staf akademik yang telah banyak memberikan wawasan, arahan, dan inspirasi selama proses studi dan pelaksanaan penelitian. Secara khusus, penulis menyampaikan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada pembimbing tesis, Dr. Moh. Ihsan, S.E., M.Si. dan Dr. H. Tona Aurora Lubis, S.E., M.M., atas bimbingan, motivasi, dan masukan berharga yang telah memperkaya pemahaman penulis dalam menyusun karya ilmiah ini. Tak lupa, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu dan mendukung proses penelitian ini hingga selesai. Semoga segala bentuk bantuan dan kontribusi yang diberikan mendapatkan balasan yang setimpal dari Tuhan Yang Maha Esa.

DAFTAR PUSTAKA

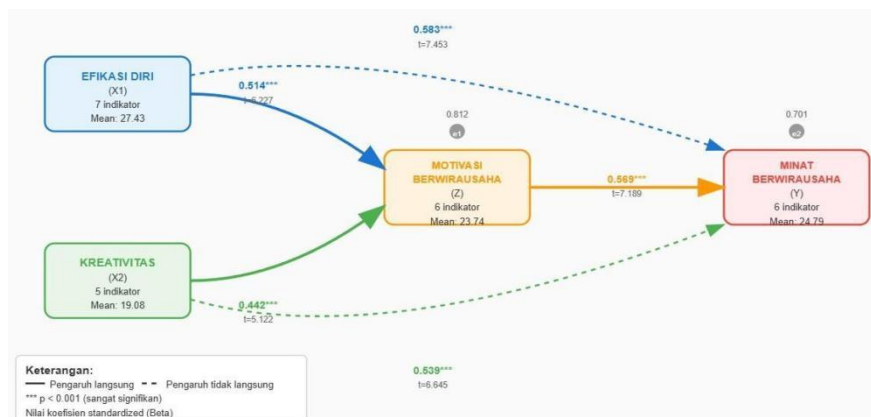
- Abu, I., Marhawati, M., Alfira, A., Ananda, A., Amrullah, A., & Grison Masiku, A. A. (2023). Pengaruh pendidikan kewirausahaan dan kreativitas terhadap minat berwirausaha dengan efikasi diri sebagai variabel intervering pada studi mahasiswa kewirausahaan Universitas Negeri Makassar. *Journal of Economics, Entrepreneurship, Management Business and Accounting*, 1(1), 22–33. <https://doi.org/10.61255/jeemba.v1i1.19>
- Arni, Y., Siswandari, S., Akhyar, M., & Asrowi, A. (2022). Effect of networking based entrepreneurial learning on employability interest for university students. *Dinamika Pendidikan*, 17(1), 117-132. <https://doi.org/10.15294/dp.v17i1.36832>
- Bandura, A. (1977). Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review*, 84(2), 191-215. <https://doi.org/10.1037/0033-295X.84.2.191>
- Dewi, D., Syam, A., & Jufri, M. (2024). The effect of entrepreneurship education, creativity and entrepreneurial motivation on entrepreneurial interest in the millennial generation in makassar city. *Journal of Applied Business Taxation and Economics Research*, 4(2), 182-192. <https://doi.org/10.54408/jabter.v4i2.341>
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*
- Hendrayanti, S., & Fauziyanti, W. (2020). Kontribusi minat berwirausaha dan self efficacy terhadap kesiapan berwirausaha di ERA Revolusi Industri 4.0. *JURNAL STIE SEMARANG (EDISI ELEKTRONIK)*, 12(1), 46-59.
- Hughes, D. J., Lee, A., Tian, A. W., Newman, A., & Legood, A. (2018). Leadership, creativity, and innovation: A critical review and practical recommendations. *The Leadership Quarterly*, 29(5), 549-569.
- Idah, S. and Dewi, R. (2024). The influence of economic literacy and family environment on students' entrepreneurial interest. *JMET*, (2), 29-237. <https://doi.org/10.61277/jmet.v2i2.141>
- Ilhami, S. D. (2023). Peran Efikasi Diri Dalam Menumbuhkan Intensi Berwirausaha di

- Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, 8(1), 17-30. ResearchGate. <https://doi.org/10.31940/jbk.v8i1.17-30>
- Mulyanto, D. and Budi, A. (2024). The role of business incubator as a reinforcement of entrepreneurial literacy influence on vocational college students entrepreneurial interest. *IJFBM*, 2(3), 203-218. <https://doi.org/10.59890/ijfbm.v2i3.1912>
- Muzakki, Y., Winarno, A., & Siswanto, E. (2022). The influence of knowledge of entrepreneurship, self-efficacy towards interests entrepreneurship through motivation entrepreneurship to santri at pondok pesantren bahrul maghfiroh malang. *International Journal of Economy Education and Entrepreneurship (Ije3)*, 2(1), 9-18. <https://doi.org/10.53067/ije3.v2i1.39>
- Oktiena, S. W., & Dewi, R. M. (2021). Pengaruh pendidikan kewirausahaan dan motivasi terhadap minat berwirausaha mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Paradigma Ekonomika* 16(3),543–558. <https://doi.org/10.35446/dayasaing.v3i2.96>
- Riyanti, Y. and Dewi, R. (2024). The influence of entrepreneurship education, entrepreneurial motivation, and income expectations on entrepreneurial interest. *JMET*, 2(2), 276-283. <https://doi.org/10.61277/jmet.v2i2.144>
- Samsudin. 2010. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: Penerbit Pustaka Setia.
- Santoso, T. A., & Almadana, A. V. (2021). Pengaruh pendidikan kewirausahaan dan efikasi diri terhadap minat berwirausaha siswa SMK di Kota Semarang. *ECONBANK: Journal of Economics and Banking*, 3(2), 78-92.
- Saptadi, R., Kartawinata, B. R., & Novrianto, B. (2021). Pengaruh pendidikan kewirausahaan, lingkungan, dan motivasi berwirausaha terhadap intensi berwirausaha mahasiswa. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(4),654-671. <https://doi.org/10.24912/jmdk.v3i4.13436>
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung:Alphabet Sungkowati, S. (2017). Minat Dan Motivasi Mahasiswa Untuk Menjadi Wirausahawan Muda
- Mandiri (Studi pada Mahasiswa Universitas Borobudur Angkatan 2015). *Jurnal Manajemen Fe-Ub*, 5(2).
- Umsida. (2021). Pengaruh enterpreneurs knowledge dan self efficacy terhadap minat berwirausaha yang dimoderasi oleh gender. *Indonesian Journal of Innovation Studies*,15(2),115.<https://ijins.umsida.ac.id/index.php/ijins/article/download/970/1182>
- Widyaningsih, W. (2020). Hubungan antara kreativitas dengan minat berwirausaha mahasiswa AKPAR BSI Yogyakarta ditinjau dari jenis pekerjaan orang tua. *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 11(1), 45-56.
- Zulkarnaen, W., & Kusmayadi, T., (2013), Pengaruh Kompleksitas Tugas, Orientasi Tujuan Dan Efikasi Diri Terhadap Motivasi Kerja Pimpinan Bank BRI Se-Kota Bandung, *Jurnal SAINS*. 5(2), 82-99.
- Zunaedy, M., Aisyah, S., & Ayuningtyas, T. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2016 STKIP PGRI Lumajang tahun akademik 2020/2021. *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi*, 6(1), 47–59. <https://doi.org/10.21067/jrpe.v6i1.5294>.

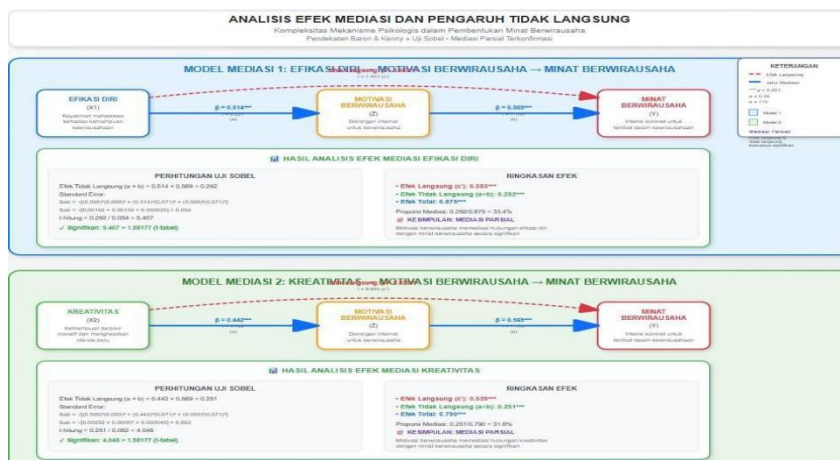
GAMBAR, GRAFIK DAN TABEL



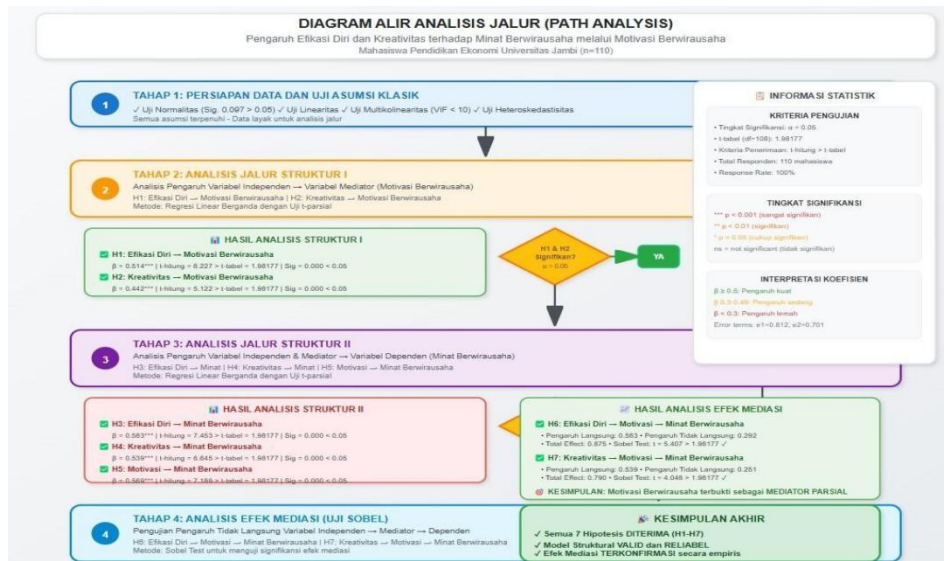
Gambar 1. Metode Penelitian



Gambar 2. Model Struktural Pengaruh Efikasi Diri dan Kreativitas terhadap Minat Berwirausaha melalui Motivasi Berwirausaha

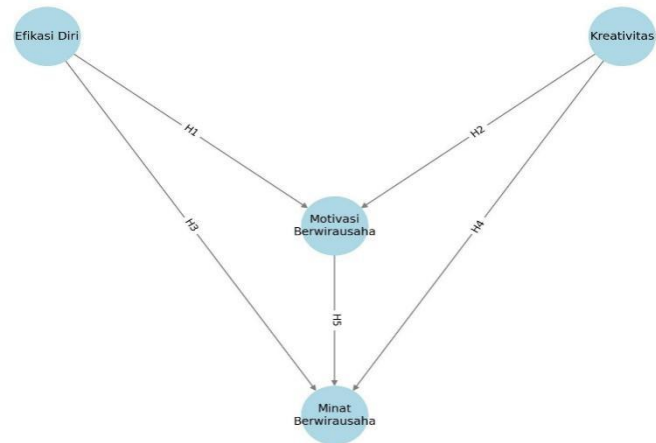


Gambar 3. Analisis Efek Mediasi



Gambar 4. Diagram Alir Analisis Jalur Penelitian

Model Konseptual: Pengaruh Efikasi Diri dan Kreativitas terhadap Minat Berwirausaha dengan Mediasi Motivasi



Gambar 5. Diagram model konseptual yang menggambarkan hubungan antar variabel sesuai Hipotesis H1-H7