

PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN, DUKUNGAN SOSIAL, AI READINESS TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA GENERASI Z MELALUI MINDSET DAN SELF-EFFICACY

Riyan Agus Prasetyo¹; Anna Widiastuti²; Sisno Riyoko³

Pascasarjana Manajemen, Universitas Islam Nahdlatul Ulama, Kabupaten Jepara,
Indonesia^{1,2,3}

Email : riyanagusprasetyo29com@gmail.com¹; annafeb2013@unisnu.ac.id²;
sisno@unisnu.ac.id³

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Dukungan Sosial, dan AI Readiness terhadap Minat Berwirausaha Generasi Z di Kabupaten Jepara melalui mekanisme mediasi berurutan Entrepreneurial Mindset dan Entrepreneurial Self-Efficacy. Populasi penelitian mencakup Generasi Z kelahiran 1997–2012 yang berdomisili di Kabupaten Jepara. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dan desain survei, sampel sebanyak 185 responden ditentukan melalui teknik purposive sampling. Data dianalisis menggunakan Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan bantuan SmartPLS 4. Hasil analisis menunjukkan bahwa Pendidikan Kewirausahaan, Dukungan Sosial, dan AI Readiness berpengaruh positif dan signifikan terhadap Entrepreneurial Mindset. Selanjutnya, Entrepreneurial Mindset berpengaruh positif dan signifikan terhadap Entrepreneurial Self-Efficacy, sedangkan Entrepreneurial Self-Efficacy juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha, dengan nilai R^2 sebesar 0,736. Namun, pengaruh langsung ketiga variabel anteseden serta Entrepreneurial Mindset terhadap Minat Berwirausaha tidak terbukti signifikan. Temuan tersebut menunjukkan adanya pola indirect-only serial mediation melalui Entrepreneurial Mindset dan Entrepreneurial Self-Efficacy. Secara teoretis, penelitian ini memperkaya literatur kewirausahaan melalui pengembangan model mediasi berseri, sedangkan secara praktis hasilnya dapat menjadi acuan bagi lembaga pendidikan dan pemerintah daerah dalam merancang program pengembangan kewirausahaan muda berbasis digital di Kabupaten Jepara.

Kata kunci: AI Readiness; Minat Berwirausaha; Entrepreneurial Mindset; Entrepreneurial Self-Efficacy; Pendidikan Kewirausahaan.

ABSTRACT

This study examines the effects of Entrepreneurship Education, Social Support, and AI Readiness on the Entrepreneurial Intention of Generation Z in Jepara Regency through the sequential mediating roles of Entrepreneurial Mindset and Entrepreneurial Self-Efficacy. The study population comprised members of Generation Z born between 1997 and 2012 who reside in Jepara Regency. Using a quantitative survey design, 185 respondents were selected through purposive sampling. The data were analyzed using Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) with SmartPLS 4. The findings indicate that Entrepreneurship Education, Social Support, and AI Readiness have positive and significant effects on Entrepreneurial Mindset. Entrepreneurial Mindset subsequently has a positive and significant effect on Entrepreneurial Self-Efficacy, while Entrepreneurial Self-Efficacy positively and significantly influences Entrepreneurial Intention, with an R^2 value of 0.736. However, the direct effects of the three antecedent variables and Entrepreneurial Mindset on Entrepreneurial Intention were not statistically significant. These findings indicate an indirect-only serial mediation pattern through Entrepreneurial Mindset and Entrepreneurial Self-Efficacy. Theoretically, this study enriches the entrepreneurship literature by extending the application of a serial mediation model. Practically, the findings may serve as a reference for educational institutions and local

governments in designing digital-based youth entrepreneurship development programs in Jepara Regency.

Keywords: AI Readiness; Entrepreneurial Intention; Entrepreneurial Mindset; Entrepreneurial Self-Efficacy; Entrepreneurship Education.

PENDAHULUAN

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memiliki posisi strategis dalam mendorong pembangunan ekonomi, terutama di negara-negara berkembang, karena mampu memperluas kesempatan kerja, menekan tingkat kemiskinan, serta menggerakkan pertumbuhan ekonomi pada level daerah (Widiastuti et al., 2026). Di sisi lain, perkembangan digitalisasi dan kecerdasan buatan atau *artificial intelligence* (AI) telah membawa perubahan besar terhadap ekosistem kewirausahaan dunia dengan mendorong kaum muda untuk mengembangkan usaha yang semakin terintegrasi dengan teknologi. Penelitian terhadap mahasiswa di kawasan Eropa memperlihatkan bahwa penggunaan perangkat digital berbasis AI dalam pembelajaran kewirausahaan lebih efektif dalam memperkuat intensi berwirausaha dibandingkan pendekatan pembelajaran tradisional, khususnya ketika didukung oleh kesiapan personal dan motivasi individu untuk membangun usaha (Spilbergs et al., 2026). Temuan tersebut selaras dengan penelitian terhadap mahasiswa di Tiongkok yang menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan, *Entrepreneurial Mindset*, dan kreativitas merupakan faktor penting dalam membentuk intensi berwirausaha generasi muda pada era ekonomi digital, sedangkan efikasi diri berfungsi sebagai proses psikologis yang menjembatani hubungan antarvariabel tersebut (Jiatong et al., 2021). Berbagai temuan lintas negara tersebut menunjukkan bahwa kemampuan dan kesiapan generasi muda dalam menggunakan teknologi digital telah berkembang menjadi salah satu faktor baru yang menentukan terbentuknya minat berwirausaha. Sejalan dengan semakin intensifnya pemanfaatan AI dalam kegiatan pendidikan dan pengelolaan bisnis, kontribusi kesiapan teknologi terhadap pembentukan perilaku kewirausahaan diperkirakan akan semakin dominan pada masa mendatang.

Generasi Z yang lahir pada rentang 1997–2012 dikenal memiliki kemampuan yang baik dalam mengakses, memahami, dan menggunakan teknologi digital. Namun, kecakapan tersebut belum banyak diterjemahkan menjadi tindakan konkret untuk memilih kewirausahaan sebagai jalur karier. Hingga tahun 2024, rasio kewirausahaan Indonesia masih berkisar 3,47% dari total populasi, sedangkan suatu negara dinilai membutuhkan rasio sekitar 12% untuk mendukung proses transformasi menuju negara maju (Badan Pusat Statistik, 2021). Di sisi lain, hasil Sensus Penduduk 2020 menunjukkan bahwa Generasi Z merupakan kelompok dengan jumlah terbesar dalam struktur penduduk nasional (Badan Pusat Statistik, 2021). Besarnya populasi tersebut menjadikan Generasi Z sebagai sumber daya potensial yang dapat berperan penting dalam memperluas dan memperkuat sektor kewirausahaan. Akan tetapi, potensi tersebut belum

sepenuhnya berkembang karena sebagian besar Generasi Z di Indonesia masih lebih tertarik bekerja sebagai aparatur sipil negara atau pegawai BUMN dibandingkan membangun serta mengelola usaha secara mandiri (Dzulfikar & Susanti, 2022)

Pada tingkat daerah, Kabupaten Jepara sebenarnya memiliki lingkungan usaha yang relatif kuat, sebagaimana terlihat dari keberadaan 80.966 unit UMKM yang mampu menyediakan lapangan kerja bagi 213.485 orang (Halo Semarang, 2022). Meskipun demikian, belum tersedia data resmi yang secara khusus memuat jumlah ataupun proporsi pelaku usaha muda dari kelompok Generasi Z di Jepara. Kondisi tersebut menyebabkan besarnya keterlibatan generasi muda dalam aktivitas UMKM daerah belum dapat diukur secara akurat. Kesenjangan ini juga terlihat dalam penelitian terbaru terhadap UMKM pengguna fintech di Jepara yang menemukan bahwa karakteristik kewirausahaan memberikan pengaruh langsung terhadap keberlanjutan usaha. Namun, hubungan tersebut tidak selalu dijumpai oleh persepsi kemudahan penggunaan teknologi, berbeda dengan pengalaman bisnis yang pengaruhnya terhadap keberlanjutan usaha dimediasi secara penuh oleh faktor tersebut (Widiastuti et al., 2026). Hasil tersebut menunjukkan bahwa proses mediasi dalam kewirausahaan di Jepara sangat bergantung pada jenis konstruk yang digunakan. Dengan demikian, pola hubungan dalam suatu model penelitian tidak dapat langsung diterapkan pada kelompok atau konteks lain tanpa dilakukan pengujian kembali. Keterbatasan data yang tersedia karenanya menjadi dasar penting bagi penelitian untuk memetakan potensi dan menguji berbagai faktor yang memengaruhi perkembangan kewirausahaan Generasi Z di Kabupaten Jepara.

Hasil penelitian sebelumnya tentang hubungan pendidikan kewirausahaan, dukungan sosial, serta aspek psikologis dengan minat berwirausaha memperlihatkan hasil yang belum seragam. (Handayati et al., 2020) menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan berpengaruh secara langsung terhadap intensi berwirausaha, sementara (Saptono et al., 2020) menyatakan pengaruh tersebut baru menjadi signifikan ketika *Entrepreneurial Mindset* berperan sebagai mediator, dan (Minah & Soelaiman, 2024) menekankan besarnya kontribusi faktor psikologis bagi Generasi Z Indonesia. Perbedaan temuan juga muncul pada konteks Jepara. Karakteristik kewirausahaan UMKM pengguna *fintech* terbukti memengaruhi keberlanjutan usaha secara langsung tanpa perantara persepsi kemudahan teknologi, sedangkan pengaruh pengalaman usaha sepenuhnya disalurkan melalui variabel tersebut (Widiastuti et al., 2026). Sementara itu, orientasi kewirausahaan pelaku UKM Jawa Tengah dipengaruhi oleh nilai Islam dan jaringan profesional (Riyoko & Mufid, 2023), sehingga besarnya pengaruh faktor kewirausahaan bergantung pada profil responden serta mediator penelitian yang diterapkan dalam model empiris.

Perbedaan hasil terlihat dalam menjelaskan fungsi *Entrepreneurial Mindset* dan *Entrepreneurial Self-Efficacy* (ESE). (Jiatong et al., 2021) mengungkapkan bahwa ESE menjadi mediator parsial antara mindset dan intensi berwirausaha pada mahasiswa Tiongkok, sedangkan (Minah & Soelaiman, 2024) menemukan *Entrepreneurial Mindset* lebih dominan daripada ESE pada Generasi Z Indonesia. Kesenjangan tersebut melandasi kebaruan penelitian ini untuk menganalisis kedua variabel terpadu menggunakan pola mediasi berseri, bukan menempatkannya sebagai mediator tunggal seperti umum diterapkan dalam studi terdahulu, termasuk kajian di Jepara yang hanya melibatkan satu mediator (Widiastuti et al., 2026). Di sisi lain, pemanfaatan generative AI dalam pendidikan kewirausahaan terbukti mendorong intensi berwirausaha melalui peningkatan efikasi diri (Rahman et al., 2022). Meskipun demikian, penelitian yang secara bersamaan menggabungkan faktor kognitif berupa pendidikan kewirausahaan dan dukungan sosial, konteks teknologi berupa AI readiness, serta faktor psikologis berupa *Entrepreneurial Mindset* dan self-efficacy dalam model mediasi berseri masih terbatas (Ganbat et al., 2023; Jiatong et al., 2021; Saptono et al., 2020; Spilbergs et al., 2026), khususnya pada Generasi Z Kabupaten Jepara yang jarang diteliti.

Berangkat dari permasalahan tersebut, penelitian ini diarahkan untuk menjelaskan secara lebih komprehensif mekanisme pembentukan minat berwirausaha Generasi Z melalui hubungan antara faktor eksternal yang mencakup pendidikan kewirausahaan dan dukungan sosial, faktor digital berupa AI readiness, serta faktor psikologis berupa *Entrepreneurial Mindset* dan *Entrepreneurial Self-Efficacy* yang ditempatkan sebagai mediator berseri. Dari sisi teoretis, penelitian ini diharapkan dapat memperluas literatur kewirausahaan melalui pengembangan model mediasi berseri yang menggabungkan kesiapan teknologi AI dengan mekanisme psikologis kewirausahaan yang selama ini lebih sering dikaji secara terpisah. Dari sisi praktis, hasil penelitian diharapkan dapat menjadi dasar pertimbangan bagi lembaga pendidikan dan pemerintah daerah dalam merancang kebijakan serta program pengembangan kewirausahaan muda yang adaptif terhadap teknologi digital, terutama di Kabupaten Jepara. Secara khusus, penelitian ini bertujuan menganalisis: (1) pengaruh pendidikan kewirausahaan, dukungan sosial, dan *AI Readiness* terhadap pembentukan *Entrepreneurial Mindset* Generasi Z di Kabupaten Jepara; (2) kontribusi *Entrepreneurial Mindset* dalam meningkatkan *Entrepreneurial Self-Efficacy* dan minat berwirausaha secara langsung; (3) pengaruh *Entrepreneurial Self-Efficacy* terhadap minat berwirausaha; serta (4) pengaruh langsung pendidikan kewirausahaan, dukungan sosial, dan *AI Readiness* terhadap minat berwirausaha di luar jalur mediasi yang digunakan dalam model penelitian.

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Pembahasan tentang berbagai determinan yang memengaruhi minat atau intensi seseorang untuk berwirausaha pada umumnya menggunakan *Theory of Planned Behavior* (TPB) dan Social Cognitive Theory (SCT) sebagai kerangka teoretis utama. Kedua pendekatan tersebut memiliki sudut pandang yang saling melengkapi karena mampu menerangkan keterkaitan antara aspek psikologis individu, pengaruh sosial, dan kondisi lingkungan dalam membentuk keputusan untuk menjadikan kewirausahaan sebagai alternatif pilihan karier.

Teori Perilaku Terencana

Theory of Planned Behavior (TPB) menerangkan bahwa keputusan individu untuk menampilkan suatu tindakan, termasuk menentukan pilihan berkarier sebagai wirausahawan, berawal dari terbentuknya niat yang dipengaruhi oleh tiga unsur pokok, yaitu penilaian terhadap perilaku, tekanan atau dukungan sosial yang dirasakan, serta keyakinan mengenai kemampuan dalam mengendalikan tindakan tersebut. Penelitian terbaru yang mengimplementasikan kerangka TPB pada kalangan mahasiswa di Tiongkok menunjukkan bahwa ketiga faktor tersebut terbukti secara konsisten mampu menjelaskan munculnya niat dan perilaku kewirausahaan, bahkan norma subjektif sering ditemukan sebagai faktor yang memberikan pengaruh paling dominan (Lihua, 2022)

Teori Kognitif Sosial

Teori Kognitif Sosial atau *Social Cognitive Theory* (SCT) menjelaskan bahwa perilaku seseorang terbentuk melalui interaksi yang berlangsung secara timbal balik antara kondisi personal, lingkungan sosial, dan tindakan individu. Dalam proses tersebut, efikasi diri menjadi unsur penting yang menentukan keyakinan seseorang terhadap kemampuannya dalam bertindak. Dalam pendidikan kewirausahaan, pendekatan SCT menunjukkan bahwa efikasi diri dapat berkembang melalui proses pembelajaran yang dirancang secara sistematis, sekaligus menjadi faktor utama yang memperkuat ketertarikan individu untuk berwirausaha sejak usia muda (Saptono et al., 2021)

Minat berwirausaha merujuk pada kesadaran, ketertarikan, dan dorongan seseorang untuk menentukan usaha mandiri sebagai pilihan aktivitas ekonomi yang berorientasi pada kreativitas dan penciptaan nilai, sementara niat kewirausahaan dipandang sebagai prediktor paling dominan terhadap terbentuknya perilaku wirausaha secara aktual (Jiatong et al., 2021; Lihua, 2022). Dalam penelitian ini, pengukuran minat berwirausaha menggunakan sejumlah indikator yang disesuaikan dari *Entrepreneurial Intention Questionnaire* yang dikembangkan oleh Liñán dan Chen (Liñán & Chen, 2009), serta digunakan kembali dalam penelitian terbaru oleh Lihua, meliputi preferensi individu untuk menjadikan kewirausahaan sebagai pilihan karier,

kesiapan mental dalam menerima dan mengelola risiko usaha, serta kepemilikan rencana yang terarah untuk merintis bisnis dalam jangka pendek ataupun jangka menengah. (Lihua, 2022)

Pendidikan kewirausahaan dapat dipahami sebagai proses pembelajaran sistematis yang dirancang untuk membentuk pengetahuan, kemampuan, dan sikap seseorang dalam memulai kegiatan usaha. (Handayati et al., 2020) menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan secara langsung memengaruhi intensi berwirausaha pelajar vokasi Indonesia. Sebaliknya, (Saptono et al., 2020) menjelaskan bahwa pengaruh tersebut menjadi signifikan melalui *Entrepreneurial Mindset* sebagai variabel mediasi, sementara (Minah & Soelaiman, 2024) mengonfirmasi pola sejalan pada Generasi Z Indonesia. Perbedaan temuan tersebut mendasari pengujian jalur langsung dan tidak langsung secara bersamaan dalam penelitian ini. Pengukuran pendidikan kewirausahaan mengacu pada (Handayati et al., 2020; Saptono et al., 2020) meliputi pengalaman belajar, kualitas pembelajaran, serta kontribusinya terhadap kesiapan berwirausaha.

H1: Pendidikan Kewirausahaan berpengaruh positif terhadap *Entrepreneurial Mindset*

Dukungan sosial dipahami sebagai dukungan emosional dan bantuan konkret yang diberikan keluarga, teman sebaya, maupun lembaga terkait guna mendorong individu untuk berwirausaha, dengan pengukuran mencakup aspek emosional, informasi, dan instrumental. (Jatiningrum et al., 2021) menemukan bahwa dukungan sosial meningkatkan kepercayaan diri wirausaha muda Indonesia pada masa pandemi, sedangkan (Saoula et al., 2023) membuktikan bahwa dukungan keluarga memengaruhi niat berwirausaha mahasiswa melalui penguatan *Entrepreneurial Self-Efficacy* sebagai mediator penuh.

H2: Dukungan Sosial berpengaruh positif terhadap *Entrepreneurial Mindset*.

Kesiapan terhadap AI mencerminkan kemampuan individu untuk menerima, memanfaatkan, dan mengintegrasikan kecerdasan buatan dalam pembelajaran maupun kegiatan kewirausahaan. Konstruk ini dinilai melalui keterampilan menggunakan perangkat AI, keterbukaan terhadap adopsi teknologi baru, serta keyakinan dalam memanfaatkan AI sebagai dasar pengambilan keputusan bisnis. (Spilbergs et al., 2026) menemukan bahwa platform digital berbasis AI lebih efektif mendorong intensi berwirausaha mahasiswa Eropa daripada metode konvensional, sedangkan (Rahman et al., 2022) menunjukkan bahwa penerapan AI memperkuat pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap intensi berwirausaha lulusan bisnis.

H3: *AI Readiness* berpengaruh positif terhadap *Entrepreneurial Mindset*.

Entrepreneurial Mindset menggambarkan cara berpikir yang membentuk keberanian individu dalam mengambil inisiatif, menanggung risiko, dan mengenali peluang bisnis (Daspit et al., 2023). (Saptono et al., 2020) menemukan bahwa *Entrepreneurial Mindset* memediasi hubungan pendidikan dan pengetahuan kewirausahaan dengan niat berwirausaha, sedangkan

(Aima et al., 2020) menunjukkan bahwa global mindset berpengaruh positif terhadap Entrepreneurial Self-Efficacy.

H4: *Entrepreneurial Mindset* berpengaruh positif terhadap *Entrepreneurial Self-Efficacy*.

Entrepreneurial Self-Efficacy menggambarkan keyakinan individu terhadap kemampuannya menyelesaikan berbagai peran dan kewajiban dalam aktivitas kewirausahaan. Konstruk ini berakar pada Social Cognitive Theory, yang menempatkan efikasi diri sebagai salah satu penentu utama terbentuknya perilaku. Temuan penelitian di Asia (Ganbat et al., 2023; Jiatong et al., 2021) memperkuat pengaruhnya terhadap intensi berwirausaha mahasiswa. Pengukurannya meliputi kecakapan mengelola usaha, pemasaran, keuangan, dan menentukan risiko secara independen.

H5: *Entrepreneurial Self-Efficacy* berpengaruh positif terhadap Minat Berwirausaha.

Pengaruh Langsung terhadap Minat Berwirausaha

Pengujian hipotesis penelitian ini dibangun berdasarkan dua landasan teoretis yang saling melengkapi. Pertama, Social Cognitive Theory menerangkan bahwa faktor eksternal, seperti pendidikan kewirausahaan, dukungan sosial, dan kesiapan teknologi, perlu melalui proses internalisasi menjadi pola pikir (mindset) serta keyakinan diri (self-efficacy) sebelum memengaruhi niat dan perilaku individu. Kedua, Theory of Planned Behavior menjelaskan bahwa sikap terhadap suatu perilaku dan persepsi atas sumber daya yang tersedia dapat secara langsung membentuk niat berperilaku tanpa memerlukan mediator psikologis lainnya, terutama ketika individu telah memiliki penilaian yang matang terhadap perilaku tersebut. Mengingat kedua mekanisme dapat berlangsung secara bersamaan dalam populasi yang sama, penelitian ini menguji jalur tidak langsung (H1–H5, H9–H12) dan jalur langsung secara terbuka. Pengujian tersebut dilakukan untuk mengidentifikasi secara empiris mekanisme yang paling relevan dalam menjelaskan terbentuknya Minat Berwirausaha pada Generasi Z di Kabupaten Jepara.

Pendidikan Kewirausahaan, Dukungan Sosial, AI Readiness, dan Entrepreneurial Mindset juga berpotensi memberikan pengaruh langsung terhadap Minat Berwirausaha tanpa sepenuhnya bergantung pada mekanisme psikologis tersebut. Pengetahuan, dukungan lingkungan, dan kesiapan teknologi yang telah berada pada tingkat memadai dapat menjadi pendorong minat berwirausaha meskipun belum sepenuhnya berkembang menjadi pola pikir maupun keyakinan diri yang kuat. Entrepreneurial Mindset yang telah terbentuk juga dapat secara langsung meningkatkan minat berwirausaha tanpa ditentukan oleh tingkat keyakinan diri individu. Penelitian sebelumnya memperlihatkan bahwa pengaruh langsung antarvariabel tersebut menghasilkan temuan yang beragam sesuai dengan karakteristik konteks dan populasi penelitian (Jiatong et al., 2021; Minah & Soelaiman, 2024). Oleh karena itu, empat jalur

langsung tersebut turut dianalisis agar penelitian ini menghasilkan pemahaman yang lebih komprehensif.

H6: Pendidikan Kewirausahaan berpengaruh positif terhadap Minat Berwirausaha.

H7: Dukungan Sosial berpengaruh positif terhadap Minat Berwirausaha.

H8: AI Readiness berpengaruh positif terhadap Minat Berwirausaha.

H13: Entrepreneurial Mindset berpengaruh positif terhadap Minat Berwirausaha (jalur langsung).

Peran Mediasi Berseri

Keterkaitan bertahap antara pola pikir kewirausahaan dan efikasi diri telah memperoleh dukungan empiris (Aima et al., 2020). Kedua variabel psikologis tersebut juga terbukti berperan sebagai perantara dalam menjelaskan hubungan antara faktor anteseden dan intensi berwirausaha (Jiatong et al., 2021). Berlandaskan temuan tersebut, penelitian ini menguji jalur mediasi serial dari tiga variabel anteseden terhadap minat berwirausaha melalui kedua konstruk psikologis tersebut.

Pendidikan kewirausahaan diprediksi dapat membentuk Entrepreneurial Mindset melalui proses pemberian pengetahuan dan pengalaman praktis. Pemanfaatan pengetahuan yang telah diperoleh selanjutnya mendorong keyakinan individu terhadap kemampuan teknisnya atau Entrepreneurial Self-Efficacy. Dengan demikian, pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha berlangsung melalui proses kognitif berurutan, yang diawali oleh pembentukan Entrepreneurial Mindset dan diteruskan dengan penguatan Entrepreneurial Self-Efficacy.

Terbentuknya Entrepreneurial Mindset dapat dipengaruhi oleh dukungan sosial yang memperkuat norma subjektif, hubungan interpersonal, serta pembelajaran melalui pengamatan lingkungan. Pola pikir ini kemudian mendorong Entrepreneurial Self-Efficacy apabila dukungan hadir secara nyata melalui akses modal, pendampingan, informasi bisnis, dan bimbingan teknis. Dengan demikian, dukungan sosial diduga meningkatkan minat berwirausaha melalui mediasi berantai Entrepreneurial Mindset dan Entrepreneurial Self-Efficacy.

Kesiapan memanfaatkan kecerdasan buatan atau AI Readiness dapat mengembangkan Entrepreneurial Mindset dengan membantu individu mengenali peluang bisnis secara lebih inovatif dan berorientasi teknologi. Perspektif tersebut selanjutnya membentuk keyakinan atas kemampuan teknis ketika AI mulai digunakan dalam aktivitas usaha. Oleh karena itu, pengaruh AI Readiness terhadap minat berwirausaha secara konseptual berlangsung melalui Entrepreneurial Mindset yang kemudian meningkatkan Entrepreneurial Self-Efficacy.

H9: Entrepreneurial Mindset dan Entrepreneurial Self-Efficacy memediasi pengaruh Pendidikan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha.

H10: Entrepreneurial Mindset dan Entrepreneurial Self-Efficacy memediasi pengaruh Dukungan Sosial terhadap Minat Berwirausaha.

H11: Entrepreneurial Mindset dan Entrepreneurial Self-Efficacy memediasi pengaruh AI Readiness terhadap Minat Berwirausaha.

H12: Entrepreneurial Mindset berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha melalui Entrepreneurial Self-Efficacy.

Kerangka Konseptual Penelitian

Kerangka konseptual penelitian ini menggambarkan hubungan antarvariabel yang menjadi landasan dalam perumusan hipotesis. Pendidikan Kewirausahaan (X1), Dukungan Sosial (X2), dan AI Readiness (X3) ditetapkan sebagai variabel independen yang diperkirakan memengaruhi Minat Berwirausaha (Y) secara langsung maupun melalui jalur mediasi. Pengaruh tidak langsung berlangsung secara berurutan melalui Entrepreneurial Mindset (M1) dan Entrepreneurial Self-Efficacy (M2), sementara Entrepreneurial Mindset juga diasumsikan berpengaruh langsung terhadap Minat Berwirausaha. Keseluruhan hubungan tersebut divisualisasikan pada Gambar 1.

METODE PENELITIAN

Metode adalah suatu cara kerja yang dapat digunakan untuk memperoleh sesuatu. Sedangkan metode penelitian dapat diartikan sebagai tata cara kerja di dalam proses penelitian, baik dalam pencarian data ataupun pengungkapan fenomena yang ada (Zulkarnaen, W., et al., 2020).

Pendekatan dan Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei untuk menganalisis keterkaitan antarvariabel sebagaimana dirumuskan dalam kerangka konseptual. Dalam model yang dibangun, Pendidikan Kewirausahaan (X1), Dukungan Sosial (X2), dan *AI Readiness* (X3) diposisikan sebagai variabel eksogen yang diperkirakan berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha (Y), baik secara langsung maupun melalui *Entrepreneurial Mindset* (M1) dan *Entrepreneurial Self-Efficacy* (M2) yang menjalankan peran mediasi secara berantai. Pemilihan pendekatan kuantitatif didasarkan pada kemampuannya dalam mengoperasionalkan setiap konstruk menjadi data berbentuk angka, sehingga hubungan sebab akibat antarvariabel dapat diuji melalui analisis statistik secara objektif, terstruktur, dan terukur. Selain itu, pendekatan ini mendukung proses pengujian hipotesis, perumusan prediksi, serta penarikan generalisasi hasil penelitian terhadap cakupan populasi yang lebih luas (Bhandari, 2023)

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini terdiri atas Generasi Z kelahiran 1997–2012 yang berdomisili atau tercatat sebagai pemilik KTP Kabupaten Jepara, baik berstatus pelajar, mahasiswa, pekerja,

maupun pelaku usaha. Cakupan populasi tidak hanya diarahkan kepada individu yang telah menjalankan kegiatan kewirausahaan agar keragaman tingkat Minat Berwirausaha dapat tergambarkan secara utuh. Responden dibatasi pada usia 17–29 tahun karena pada rentang tersebut mereka telah dapat memberikan persetujuan penelitian secara mandiri tanpa memerlukan izin orang tua.

Penentuan sampel menerapkan non-probability sampling melalui teknik purposive sampling dengan persyaratan: (1) berdomisili atau mempunyai KTP Kabupaten Jepara; (2) berusia 17–29 tahun sebagai bagian dari Generasi Z; serta (3) bersedia mengisi kuesioner secara sukarela hingga selesai. Pengalaman menjalankan usaha maupun mengikuti pendidikan kewirausahaan tidak dijadikan syarat karena Minat Berwirausaha diukur sebagai kecenderungan umum Generasi Z, bukan terbatas pada individu yang telah berwirausaha. Kelayakan responden dalam menilai Entrepreneurial Mindset, Entrepreneurial Self-Efficacy, dan AI Readiness selanjutnya ditinjau berdasarkan karakteristik sampel. Hasilnya menunjukkan bahwa 73,9% responden pernah mengikuti pendidikan atau pelatihan kewirausahaan, sedangkan 92,4% telah menggunakan aplikasi AI, sebagaimana diuraikan pada bagian Karakteristik Responden. Temuan tersebut memperlihatkan bahwa sebagian besar responden memiliki pengalaman yang cukup untuk mengevaluasi konstruk penelitian secara relevan, sehingga kemungkinan bias akibat keterbatasan pemahaman terhadap topik pengukuran dapat ditekan.

Jumlah sampel ditetapkan dengan mempertimbangkan tiga pedoman PLS-SEM, yakni 10-times rule yang menghasilkan batas minimum 50 responden dari lima jalur struktural menuju Y, rasio 5–10 kali jumlah indikator reflektif yang mensyaratkan 175–350 responden untuk 35 indikator, serta inverse square root method dengan rekomendasi 100–160 responden (Hair et al., 2022; Kock & Hadaya, 2018). Pengumpulan data menggunakan Google Form memperoleh 185 respons yang seluruhnya memenuhi persyaratan, sehingga semua data tersebut digunakan dalam analisis dan pengujian model.

Sumber Data dan Instrumen Penelitian

Pengumpulan data primer dilakukan secara daring menggunakan Google Form karena platform ini gratis, mudah diakses lintas perangkat, serta mampu merekam jawaban langsung melalui integrasi Google Sheets. Pemilihannya sesuai dengan karakteristik literasi digital Generasi Z. Setiap pernyataan diukur memakai skala Likert lima tingkat, mulai dari 1 = sangat tidak setuju hingga 5 = sangat setuju, yang umum diterapkan dalam penelitian sosial untuk menilai sikap, persepsi, dan kecenderungan perilaku (Kusmaryono et al., 2022).

Instrumen diuji validitas isinya oleh pihak yang kompeten dan diuji coba secara terbatas untuk memastikan kejelasan redaksi. Risiko common method bias diminimalkan dengan mengaktifkan fitur shuffle question order pada Google Form, sementara kerahasiaan identitas

responden tetap dijamin. Dimensi dan butir pernyataan setiap variabel laten tercantum pada Tabel 1 (*lihat Lampiran Gambar dan Tabel*).

Teknik Analisis Data

Pengolahan dan pengujian data dalam penelitian ini menggunakan metode Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) melalui aplikasi SmartPLS 4 (Ringle et al., 2022). Metode tersebut digunakan karena mampu mengakomodasi penelitian yang berorientasi pada prediksi dan eksplorasi, khususnya pada model yang melibatkan sejumlah konstruk laten serta hubungan mediasi secara berurutan. Selain itu, PLS-SEM memiliki fleksibilitas dalam menganalisis data karena tidak menuntut terpenuhinya asumsi distribusi normal secara ketat (Hair et al., 2019).

Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)

Pengujian outer model digunakan untuk memastikan bahwa konstruk reflektif telah memenuhi persyaratan validitas dan reliabilitas. Penilaian tersebut meliputi validitas konvergen yang ditinjau melalui nilai outer loading dengan batas ideal sekurang-kurangnya 0,70 serta Average Variance Extracted (AVE) minimal 0,50; reliabilitas konstruk yang diukur menggunakan Cronbach's alpha dan composite reliability dengan nilai yang disarankan paling sedikit 0,70; serta validitas diskriminan yang dievaluasi berdasarkan kriteria Fornell-Larcker dan Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT), dengan nilai HTMT yang direkomendasikan tidak melebihi 0,90 (Ghozali, 2021; Hair et al., 2022).

Evaluasi Model Struktural (Inner Model)

Pengujian terhadap inner model bertujuan untuk mengukur kemampuan prediksi model sekaligus menilai tingkat signifikansi hubungan di antara konstruk yang digunakan. Tahapan evaluasi ini meliputi: (a) analisis koefisien determinasi atau R-square untuk mengetahui seberapa besar variasi pada *Entrepreneurial Mindset*, *Entrepreneurial Self-Efficacy*, dan Minat Berwirausaha dapat diterangkan oleh konstruk-construct yang berperan sebagai prediktor; (b) pengukuran f-square untuk mengidentifikasi besarnya kontribusi atau effect size dari masing-masing jalur hubungan; serta (c) pemeriksaan collinearity statistics melalui nilai VIF guna memastikan bahwa antarvariabel prediktor tidak mengalami masalah multikolinearitas (Hair et al., 2019).

Pengujian Hipotesis dan Mediasi Berseri

Pengujian hipotesis H1–H8 serta H13 yang merepresentasikan hubungan langsung antarvariabel dilakukan menggunakan teknik bootstrapping dengan 5.000 subsampel. Evaluasi terhadap setiap jalur struktural didasarkan pada nilai koefisien jalur pada original sample, t-statistics, dan p-values. Suatu hipotesis dinyatakan didukung apabila memperoleh p-value di bawah 0,05 atau memiliki t-statistics lebih besar dari 1,96 untuk pengujian dua arah.

Sementara itu, hipotesis H9–H12 yang menguji mekanisme mediasi berseri dianalisis melalui fitur specific indirect effects pada SmartPLS. Fitur tersebut digunakan untuk menghitung tingkat signifikansi pengaruh tidak langsung yang berlangsung secara berurutan, seperti jalur $X1 \rightarrow M1 \rightarrow M2 \rightarrow Y$ pada H9. Kebermaknaan efek mediasi ditentukan dengan prosedur bootstrapping yang sama, yaitu menggunakan interval kepercayaan bias-corrected sebesar 95%. Efek mediasi dinyatakan signifikan apabila rentang interval kepercayaan tersebut tidak mencakup nilai nol (Hair et al., 2022)

HASIL PENELITIAN DAN DISKUSI

Sebanyak 185 responden Generasi Z berhasil dihimpun melalui kuesioner dan seluruhnya telah memenuhi persyaratan usia serta domisili yang ditentukan dalam rancangan pengambilan sampel. Gambaran umum responden yang mencakup jenis kelamin, kelompok usia, status domisili, tingkat pendidikan terakhir, aktivitas saat ini, pengalaman mengikuti pendidikan kewirausahaan, serta pengalaman memanfaatkan teknologi AI disajikan secara rinci pada Tabel 2 (*lihat Lampiran Gambar dan Tabel*).

Karakteristik Responden

Karakteristik responden menunjukkan dominasi perempuan sebesar 60,0%, sedangkan kelompok usia 25–29 tahun menjadi kategori terbanyak dengan proporsi 46,5%. Temuan ini menandakan bahwa mayoritas peserta penelitian berasal dari Generasi Z yang berada pada usia produktif dan mulai terlibat dalam dunia kerja. Dari sisi pendidikan, responden lulusan SMA/SMK mencapai 52,4%, lebih tinggi daripada lulusan Sarjana sebesar 44,3%, sementara berdasarkan aktivitas utama, responden yang telah bekerja menempati proporsi terbesar, yakni 42,7%. Sebanyak 73,9% responden pernah memperoleh pendidikan atau pelatihan kewirausahaan, dan 91,9% telah menggunakan aplikasi berbasis AI. Kondisi tersebut memperlihatkan bahwa sebagian besar responden mempunyai pengalaman yang cukup untuk menilai konstruk penelitian, terutama AI Readiness, berdasarkan penggunaan teknologi secara langsung, bukan sekadar pemahaman konseptual. Meskipun 68,1% responden belum memiliki usaha, mereka telah menyatakan niat untuk memulai, sehingga mencerminkan besarnya potensi kewirausahaan Generasi Z di Kabupaten Jepara yang belum sepenuhnya terealisasi.

Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)

Penilaian terhadap outer model mencakup tiga komponen utama, yakni validitas konvergen, reliabilitas konstruk, dan validitas diskriminan. Nilai outer loading yang diperoleh dari seluruh 35 indikator reflektif selanjutnya dirangkum dan ditampilkan pada Tabel 3 (*lihat Lampiran Gambar dan Tabel*).

Nilai outer loading seluruh indikator berada antara 0,722 dan 0,951, sehingga semuanya telah melampaui batas minimum sebesar 0,70 yang direkomendasikan oleh (Hair et al., 2022).

Dengan demikian, setiap indikator dinyatakan mampu memenuhi persyaratan validitas konvergen. Selanjutnya, tingkat validitas dan reliabilitas masing-masing konstruk dievaluasi melalui nilai Average Variance Extracted (AVE), Composite Reliability (rho_c), serta Cronbach's alpha, sebagaimana dirangkum dalam Tabel 4 (*lihat Lampiran Gambar dan Tabel*).

Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh konstruk memiliki nilai Average Variance Extracted (AVE) yang melampaui 0,50, composite reliability lebih besar dari 0,70, serta Cronbach's alpha di atas 0,70. Capaian tersebut menegaskan bahwa semua konstruk telah memenuhi kriteria validitas konvergen dan reliabilitas secara (Hair et al., 2022). Tahap berikutnya dilakukan pengujian validitas diskriminan menggunakan rasio Heterotrait-Monotrait (HTMT), dengan hasil yang dirangkum pada Tabel 5 (*lihat Lampiran Gambar dan Tabel*).

Nilai HTMT yang disajikan pada Tabel 5 berkisar antara 0,660 sampai 0,874 dan seluruhnya masih berada di bawah batas maksimum 0,90 sebagaimana disarankan oleh Henseler et al. dalam (Hair et al., 2022). Hasil tersebut menunjukkan bahwa setiap konstruk dalam model telah memenuhi kriteria validitas diskriminan. Hubungan dengan nilai HTMT paling tinggi ditemukan antara *Entrepreneurial Mindset* dan *Entrepreneurial Self-Efficacy*, yaitu sebesar 0,874. Meskipun kedua konstruk tersebut memiliki keterkaitan konseptual yang cukup erat sebagai variabel psikologis, nilainya tetap tidak melampaui ambang yang ditetapkan, sehingga keduanya masih dapat dipandang sebagai konstruk yang berbeda secara empiris.

Evaluasi Model Struktural (Inner Model)

Evaluasi model struktural dimulai dengan menganalisis koefisien determinasi (R-square) guna menilai sejauh mana variabel eksogen dan variabel mediasi mampu menerangkan keragaman pada variabel endogen. Ringkasan hasil pengujian R-square ditampilkan pada Tabel 6 (*lihat Lampiran Gambar dan Tabel*).

Nilai R-square pada konstruk *Entrepreneurial Mindset* tercatat sebesar 0,618, yang berarti bahwa Pendidikan Kewirausahaan, Dukungan Sosial, dan *AI Readiness* secara bersama-sama mampu menerangkan 61,8% keragaman pada konstruk tersebut. Sementara itu, *Entrepreneurial Self-Efficacy* memiliki nilai R-square sebesar 0,683, sehingga 68,3% variasinya dapat dijelaskan oleh *Entrepreneurial Mindset*. Adapun nilai R-square Minat Berwirausaha sebesar 0,736 menunjukkan bahwa seluruh prediktor dalam model mampu menjelaskan 73,6% variasi konstruk tersebut. Berdasarkan kriteria yang digunakan, ketiga nilai R-square tersebut berada pada tingkat moderat hingga kuat (Hair et al., 2019). Kelayakan model juga diperkuat oleh nilai Standardized Root Mean Square Residual (SRMR) sebesar 0,066, yang masih berada di bawah batas 0,08, sehingga model dapat dinilai memiliki tingkat kesesuaian yang memadai (Hair et al., 2019).

Tahap berikutnya dilakukan melalui pengujian collinearity statistics menggunakan inner VIF dan pengukuran effect size dengan f-square. Analisis ini bertujuan memastikan tidak adanya persoalan multikolinearitas di antara variabel prediktor sekaligus menilai besarnya kontribusi masing-masing jalur terhadap konstruk endogen. Ringkasan hasil pengujian tersebut ditampilkan pada Tabel 7 (*lihat Lampiran Gambar dan Tabel*).

Nilai inner VIF pada seluruh jalur tercatat kurang dari 5 dan bahkan tidak ada yang mencapai 4, sehingga model dapat dinyatakan terbebas dari permasalahan kolinearitas yang berarti di antara variabel prediktornya (Hair et al., 2019). Hasil pengujian f-square juga sejalan dengan keputusan hipotesis, karena hubungan $EM \rightarrow ESE$ ($f^2 = 2,116$) dan $ESE \rightarrow MB$ ($f^2 = 0,392$) menunjukkan ukuran efek yang besar. Sebaliknya, jalur $DS \rightarrow MB$, $AIR \rightarrow MB$, dan $EM \rightarrow MB$ yang tidak signifikan sebagaimana ditampilkan pada Tabel 8 memiliki nilai f-square yang sangat rendah atau mendekati nol. Temuan tersebut menegaskan bahwa ketiga hubungan tersebut tidak memberikan tambahan daya jelas yang berarti terhadap Minat Berwirausaha setelah pengaruh *Entrepreneurial Self-Efficacy* diperhitungkan.

Pengujian Hipotesis Langsung

Pengujian terhadap hubungan langsung pada H1–H8 dan H13 dilakukan menggunakan teknik bootstrapping dengan 5.000 subsampel serta tingkat kepercayaan 95% berdasarkan metode percentile bootstrap. Hipotesis dinyatakan memperoleh dukungan empiris apabila nilai t-statistics melebihi 1,96 dan p-value berada di bawah 0,05. Ringkasan hasil pengujian tersebut ditampilkan pada Tabel 8 (*lihat Lampiran Gambar dan Tabel*).

Berdasarkan hasil yang disajikan pada Tabel 8, pola hubungan dalam model menunjukkan temuan yang cukup jelas. Hipotesis yang menguji pengaruh menuju *Entrepreneurial Mindset*, yaitu H1, H2, dan H3, serta rangkaian hubungan $EM \rightarrow ESE \rightarrow MB$ melalui H4 dan H5, memperoleh dukungan statistik. Sebaliknya, H6, H7, H8, dan H13 yang merepresentasikan pengaruh langsung terhadap Minat Berwirausaha tanpa melalui *Entrepreneurial Self-Efficacy* tidak memperoleh dukungan. Di antara ketiga variabel anteseden, *AI Readiness* memberikan pengaruh paling besar terhadap *Entrepreneurial Mindset* dengan koefisien $\beta = 0,366$, kemudian disusul Pendidikan Kewirausahaan sebesar $\beta = 0,279$ dan Dukungan Sosial sebesar $\beta = 0,243$. Meskipun jalur $PK \rightarrow MB$ menghasilkan koefisien $\beta = 0,272$ dengan $p = 0,051$ dan posisinya sangat dekat dengan batas signifikansi 5%, hubungan tersebut tetap dikategorikan tidak signifikan sehingga hipotesisnya tidak didukung. Sementara itu, jalur $DS \rightarrow MB$ menunjukkan koefisien negatif sebesar $\beta = -0,074$, tetapi karena hasilnya tidak signifikan, arah negatif tersebut tidak dapat dimaknai sebagai pengaruh negatif yang berarti secara statistik.

Pengujian Mediasi Berseri

Pengujian hipotesis mediasi berseri H9–H12 dilakukan menggunakan menu specific indirect effects pada SmartPLS 4 dengan menerapkan prosedur bootstrapping yang sama seperti pada pengujian jalur langsung. Signifikansi pengaruh tidak langsung ditentukan berdasarkan percentile bootstrap confidence interval pada tingkat kepercayaan 95%. Efek mediasi dinyatakan signifikan apabila nilai t-statistics melebihi 1,96, p-value berada di bawah 0,05, dan batas bawah serta batas atas interval kepercayaan tidak melintasi nilai nol. Ringkasan hasil pengujian tersebut ditampilkan pada Tabel 9 (*lihat Lampiran Gambar dan Tabel*).

Seluruh pengujian mediasi berseri pada H9 hingga H12 memperoleh dukungan statistik karena masing-masing interval kepercayaan tidak memuat angka nol. Pengaruh tidak langsung terbesar ditemukan pada jalur EM → ESE → MB (H12) dengan koefisien $\beta = 0,486$ dan CI 95% [0,356; 0,616], kemudian disusul oleh AIR → EM → ESE → MB sebesar $\beta = 0,178$, PK → EM → ESE → MB sebesar $\beta = 0,136$, serta DS → EM → ESE → MB sebesar $\beta = 0,118$. Apabila temuan tersebut dikaji bersama hasil pada Tabel 8 yang menunjukkan bahwa seluruh pengaruh langsung tidak memperoleh dukungan, maka pola hubungan yang muncul lebih tepat dikategorikan sebagai indirect-only serial mediation atau mediasi tidak langsung penuh secara berseri. Hal ini menunjukkan bahwa *Entrepreneurial Mindset* dan *Entrepreneurial Self-Efficacy* secara signifikan menyalurkan pengaruh masing-masing variabel anteseden terhadap Minat Berwirausaha, sementara jalur langsungnya tidak signifikan. Penggunaan istilah tersebut dinilai lebih akurat daripada sekadar menyebut “mediasi penuh” karena koefisien langsung DS → MB memiliki arah negatif meskipun tidak signifikan, sehingga arah hubungan antarjalur tidak sepenuhnya menunjukkan pola yang seragam.

Pembahasan

Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Dukungan Sosial, dan *AI Readiness* terhadap *Entrepreneurial Mindset*

Terdukungnya H1, H2, dan H3 menunjukkan bahwa Pendidikan Kewirausahaan, Dukungan Sosial, serta *AI Readiness* berperan dalam membentuk *Entrepreneurial Mindset*. Temuan ini selaras dengan (Handayati et al., 2020; Saptono et al., 2020) yang menyatakan bahwa pembelajaran kewirausahaan mampu mengembangkan pola pikir kewirausahaan mahasiswa Indonesia melalui perpaduan pengetahuan konseptual dan pengalaman praktis. Pengaruh Dukungan Sosial juga sejalan dengan Social Cognitive Theory, yang menerangkan bahwa observasi dan penguatan dari lingkungan terdekat dapat membentuk keyakinan sekaligus pola pikir individu. Dibandingkan dua faktor lainnya, *AI Readiness* menunjukkan pengaruh paling dominan. Hasil tersebut mendukung (Spilbergs et al., 2026) yang menegaskan bahwa

kesiapan menggunakan teknologi digital berbasis AI membantu Generasi Z memperluas perspektif dalam mengenali serta mengembangkan peluang usaha secara kreatif dan inovatif.

Pengaruh *Entrepreneurial Mindset* terhadap *Entrepreneurial Self-Efficacy* dan *Entrepreneurial Self-Efficacy* terhadap Minat Berwirausaha

Terdukungnya H4 membuktikan bahwa *Entrepreneurial Mindset* memiliki peran kuat dalam meningkatkan *Entrepreneurial Self-Efficacy*. Hasil tersebut selaras (Aima et al., 2020) yang menemukan adanya keterkaitan signifikan antara global mindset, motivasi berwirausaha, dan self-efficacy. Sementara itu, penerimaan H5 mengindikasikan bahwa *Entrepreneurial Self-Efficacy* mampu mendorong Minat Berwirausaha. Temuan ini sesuai dengan Social Cognitive Theory yang menempatkan efikasi diri sebagai determinan terdekat dalam pembentukan niat dan perilaku seseorang. Hasil penelitian tersebut juga memperkuat bukti empiris pada mahasiswa di Asia yang menegaskan bahwa self-efficacy berperan penting dalam menumbuhkan intensi kewirausahaan (Ganbat et al., 2023; Jiatong et al., 2021).

Jalur Langsung Menuju Minat Berwirausaha: Mengapa Tidak Signifikan?

Berbeda dari dugaan awal, seluruh hubungan langsung yang mengarah pada Minat Berwirausaha, yaitu H6, H7, H8, dan H13, tidak memperoleh dukungan statistik. Jalur PK → MB yang nilainya mendekati batas signifikansi menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan yang diterima responden kemungkinan masih lebih berorientasi pada penguasaan materi daripada pengalaman praktis yang mampu menumbuhkan keyakinan untuk memulai usaha. Koefisien jalur DS → MB yang bernilai negatif, tetapi tidak signifikan, mengindikasikan bahwa dukungan sosial belum memadai untuk meningkatkan minat berwirausaha apabila hanya berupa perhatian atau dorongan emosional tanpa disertai dukungan nyata, seperti akses permodalan, pendampingan dari mentor, dan peluang usaha. Tidak signifikannya jalur AIR → MB menunjukkan bahwa kemampuan menggunakan AI belum secara langsung membentuk dorongan untuk berwirausaha karena pemanfaatannya oleh responden kemungkinan masih berfokus pada kegiatan pembelajaran dan pekerjaan. Sementara itu, tidak didukungnya jalur EM → MB mengisyaratkan bahwa pola pikir kewirausahaan baru dapat berkembang menjadi minat yang lebih kuat apabila individu telah memiliki keyakinan terhadap kemampuannya dalam menjalankan usaha. Dengan demikian, *Entrepreneurial Self-Efficacy* menjadi mekanisme psikologis yang paling dekat dengan pembentukan minat berwirausaha.

Temuan tersebut menunjukkan perbedaan dengan sejumlah penelitian dalam konteks lain yang membuktikan bahwa *Entrepreneurial Mindset* tetap berpengaruh langsung dan signifikan terhadap intensi berwirausaha meskipun self-efficacy telah ditempatkan sebagai variabel mediasi (Jiatong et al., 2021). Perbedaan tersebut kemungkinan dipengaruhi oleh variasi karakteristik populasi dan latar belakang budaya serta sejalan dengan pandangan (Minah

& Soelaiman, 2024) bahwa faktor psikologis berperan penting dalam membentuk minat berwirausaha Generasi Z di Indonesia. Penelitian ini memberikan penjelasan yang lebih khusus bahwa Entrepreneurial Self-Efficacy berperan sebagai determinan proksimal, sedangkan pengaruh Entrepreneurial Mindset terhadap Minat Berwirausaha lebih banyak berlangsung melalui peningkatan self-efficacy daripada melalui hubungan langsung. Namun, karena penelitian ini menggunakan desain cross-sectional, temuan tersebut perlu dimaknai sebagai hubungan statistik yang konsisten dengan landasan teoretis, bukan sebagai bukti hubungan sebab akibat yang bersifat pasti.

Mediasi Berseri Melalui *Entrepreneurial Mindset* dan *Entrepreneurial Self-Efficacy*

Terdukungnya H9 sampai H12 secara konsisten mengindikasikan bahwa Entrepreneurial Mindset dan Entrepreneurial Self-Efficacy berperan sebagai mediator berurutan dalam menjembatani pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Dukungan Sosial, serta AI Readiness terhadap Minat Berwirausaha. Karena seluruh hubungan langsung terbukti tidak signifikan, mekanisme tersebut lebih tepat disebut sebagai indirect-only serial mediation dibandingkan mediasi penuh, terutama karena koefisien jalur DS → MB menunjukkan arah negatif walaupun secara statistik tidak signifikan. Temuan ini mengembangkan hasil studi sebelumnya yang umumnya hanya menempatkan satu variabel mediator (Aima et al., 2020; Ganbat et al., 2023) dengan membuktikan bahwa kedua faktor psikologis tersebut memberikan pengaruh empiris yang lebih kuat apabila beroperasi secara bertahap dan saling berkesinambungan daripada bekerja sendiri-sendiri. Hasil penelitian ini sekaligus menjawab kesenjangan yang telah diidentifikasi dalam kajian pustaka, yaitu minimnya penelitian yang menguji secara bersamaan mediasi serial Entrepreneurial Mindset dan Entrepreneurial Self-Efficacy dengan memasukkan AI Readiness sebagai faktor kontekstual yang mendahului pembentukan Minat Berwirausaha Generasi Z di Kabupaten Jepara.

KESIMPULAN

Penelitian ini menganalisis keterkaitan Pendidikan Kewirausahaan, Dukungan Sosial, dan AI Readiness dengan Minat Berwirausaha Generasi Z di Kabupaten Jepara melalui peran mediasi berseri *Entrepreneurial Mindset* dan *Entrepreneurial Self-Efficacy*. Berdasarkan pengolahan data dari 185 responden menggunakan metode PLS-SEM, diperoleh hasil bahwa Pendidikan Kewirausahaan, Dukungan Sosial, dan AI Readiness memberikan pengaruh positif terhadap *Entrepreneurial Mindset*. Selanjutnya, *Entrepreneurial Mindset* berkontribusi positif terhadap *Entrepreneurial Self-Efficacy*, sedangkan *Entrepreneurial Self-Efficacy* terbukti berpengaruh positif terhadap Minat Berwirausaha dengan nilai R^2 sebesar 0,736. Namun demikian, pengaruh langsung ketiga variabel anteseden maupun *Entrepreneurial Mindset* terhadap Minat Berwirausaha tidak memperoleh dukungan statistik. Hal tersebut juga berlaku

pada jalur Pendidikan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha yang memiliki nilai $p = 0,051$, sehingga meskipun sangat dekat dengan batas signifikansi, hubungan tersebut tetap dikategorikan tidak signifikan. Temuan ini mencerminkan pola indirect-only serial mediation, yaitu pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Dukungan Sosial, dan *AI Readiness* terhadap Minat Berwirausaha secara empiris lebih kuat disalurkan melalui tahapan pembentukan *Entrepreneurial Mindset* dan peningkatan *Entrepreneurial Self-Efficacy* daripada melalui hubungan langsung masing-masing anteseden.

Implikasi Teoretis

Dari sisi teoretis, penelitian ini memberikan penguatan sekaligus perluasan terhadap pembahasan mediasi berseri dalam kajian kewirausahaan melalui tiga sumbangan utama. Pertama, hasil penelitian memperlihatkan bahwa *Entrepreneurial Mindset* dan *Entrepreneurial Self-Efficacy* tidak hanya dapat berfungsi sebagai mediator secara terpisah, tetapi juga membentuk rangkaian mediasi berurutan dengan pola indirect-only. Kedua, dalam konteks Generasi Z di Indonesia, *Entrepreneurial Self-Efficacy* terlihat sebagai faktor psikologis yang paling dekat dalam membentuk minat berwirausaha, sementara kontribusi *Entrepreneurial Mindset* lebih banyak disalurkan melalui peningkatan self-efficacy. Temuan ini memberikan perspektif tambahan terhadap perbedaan pandangan antara (Jiatong et al., 2021; Minah & Soelaiman, 2024) mengenai mediator yang memiliki peran lebih dominan. Ketiga, penelitian ini turut memperkaya kajian kewirausahaan berbasis teknologi dengan menempatkan *AI Readiness* sebagai anteseden kontekstual dalam mekanisme mediasi berseri, sejalan dengan arah penelitian yang dikembangkan oleh (Spilbergs et al., 2026). Namun demikian, karena penelitian menggunakan desain cross-sectional, seluruh temuan tersebut sebaiknya dipahami sebagai pola keterkaitan statistik yang selaras dengan kerangka teoretis, bukan sebagai bukti kausalitas yang bersifat pasti.

Implikasi Praktis

Dari sisi penerapan, hasil penelitian menunjukkan bahwa upaya pengembangan kewirausahaan bagi Generasi Z di Kabupaten Jepara akan lebih optimal apabila tidak hanya berfokus pada penyampaian teori, tetapi juga diarahkan pada pembentukan *Entrepreneurial Mindset* dan peningkatan kepercayaan individu terhadap kemampuan dirinya. Lembaga pendidikan dapat memperkuat pendekatan pembelajaran melalui pengalaman langsung (experiential learning), praktik simulasi bisnis, serta pendampingan intensif agar self-efficacy peserta didik berkembang secara nyata. Pemerintah daerah bersama instansi terkait juga dapat mengembangkan program inkubasi usaha yang mengintegrasikan penguatan psikologis dengan peningkatan literasi AI, mengingat *AI Readiness* menjadi variabel yang memberikan kontribusi paling besar terhadap terbentuknya *Entrepreneurial Mindset* dalam penelitian ini. Di samping

itu, dukungan dari keluarga, teman, dan mentor tetap penting untuk diperkuat, terutama dalam bentuk yang lebih nyata, seperti kemudahan akses permodalan, jaringan usaha, dan pendampingan bisnis, bukan sebatas dukungan emosional.

Keterbatasan dan Saran Penelitian Selanjutnya

Penafsiran terhadap temuan penelitian ini perlu mempertimbangkan sejumlah keterbatasan. Pertama, penggunaan desain cross-sectional menyebabkan hubungan antarvariabel belum dapat dipastikan sebagai hubungan sebab-akibat serta belum mampu menggambarkan perubahan pola pikir dan keyakinan diri responden secara berkelanjutan dari waktu ke waktu. Kedua, penerapan purposive sampling dan kemungkinan dominasi responden dari kecamatan tertentu di Kabupaten Jepara membatasi cakupan generalisasi hasil terhadap populasi Generasi Z yang lebih luas. Ketiga, pengumpulan data sepenuhnya menggunakan kuesioner self-report sehingga masih berpotensi memunculkan bias respons, meskipun risiko tersebut telah diminimalkan melalui pengacakan urutan pertanyaan. Berdasarkan keterbatasan tersebut, penelitian mendatang disarankan menggunakan desain longitudinal atau eksperimen agar hubungan kausal dapat diuji dengan lebih kuat, memperluas wilayah penelitian sekaligus memastikan keterwakilan responden yang lebih merata, serta memasukkan variabel moderator seperti literasi digital atau jenis kelamin untuk memperdalam pemahaman mengenai proses terbentuknya minat berwirausaha pada Generasi Z.

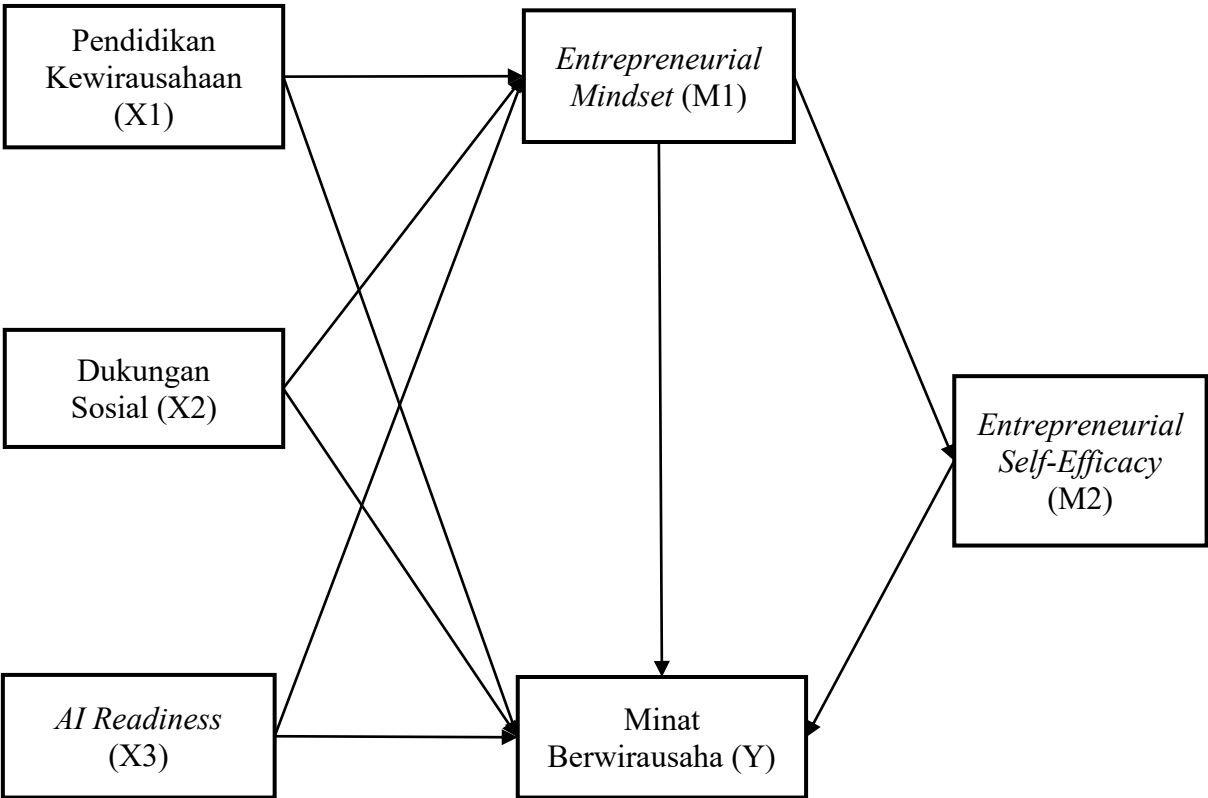
DAFTAR PUSTAKA

- Aima, M. H., Wijaya, S. A., Carawangsa, L., & Ying, M. (2020). Effect of global mindset and entrepreneurial motivation to entrepreneurial self-efficacy and implication to entrepreneurial intention. *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 1(2), 302–314. <https://doi.org/10.31933/dijdbm.v1i2.160>
- Bhandari, M. P. (2023). The Fundamental Principles of Social Sciences. *Business Ethics and Leadership*, 7(2), 73–86. [https://doi.org/10.21272/bel.7\(2\).73-86.2023](https://doi.org/10.21272/bel.7(2).73-86.2023)
- Daspit, J. J., Fox, C. J., & Findley, S. K. (2023). Entrepreneurial mindset: An integrated definition, a review of current insights, and directions for future research. *Journal of Small Business Management*, 61(1), 12–44. <https://doi.org/10.1080/00472778.2021.1907583>
- Dzulfikar, L. T., & Susanti, M. (2022). *Data bicara: Lebih dari 55% calon pekerja Generasi Z ingin menjadi PNS atau pegawai BUMN*. <https://theconversation.com/data-bicara-lebih-dari-55-calon-pekerja-generasi-z-ingin-menjadi-pns-atau-pegawai-bumn-193121>
- Ganbat, D., Zanabazar, A., & Chen, S. (2023). The Correlation Between Entrepreneurship Education, Entrepreneurial Mindset, and Entrepreneurial Intention Among Undergraduate Students: The Mediating Function of Entrepreneurial Self-Efficacy. *International Journal of Entrepreneurship*, 27(5), 1–16.
- Ghozali, I. (2021). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.2.9 untuk Penelitian Empiris* (3rd ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2022). A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R. In *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal* (Vol. 30, Issue 1).
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Handayati, P., Wulandari, D., Soetjipto, B. E., Wibowo, A., & Narmaditya, B. S. (2020). Does

- entrepreneurship education promote vocational students' entrepreneurial mindset? *Heliyon*, 6(11), 1–7. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e05426>
- Jatiningrum, C., Utami, B. H. S., Norawati, S., & Silvany, S. (2021). Intensi Kewirausahaan Sosial Wirausaha Muda di Indonesia: Studi Masa Pandemi Covid-19. *ECo-Buss*, 4(2), 95–106. <https://doi.org/10.32877/eb.v4i2.247>
- Jiatong, W., Murad, M., Bajun, F., Tufail, M. S., & Mirza, F. (2021). Impact of Entrepreneurial Education, Mindset, and Creativity on Entrepreneurial Intention: Mediating Role of Entrepreneurial Self-Efficacy. *Frontiers in Psychology*, 12, Article 724440. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.724440>
- Kusmaryono, I., Wijayanti, D., & Maharani, H. R. (2022). Number of Response Options, Reliability, Validity, and Potential Bias in the Use of the Likert Scale Education and Social Science Research: A Literature Review. *International Journal of Educational Methodology*, 8(4), 625–637. <https://doi.org/10.12973/ijem.8.4.625>
- Lihua, D. (2022). An Extended Model of the Theory of Planned Behavior: An Empirical Study of Entrepreneurial Intention and Entrepreneurial Behavior in College Students. *Frontiers in Psychology*, 12(Article 627818). <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.627818>
- Liñán, F., & Chen, Y. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 593–617.
- Minah, T., & Soelaiman, L. (2024). Peran pendidikan kewirausahaan dalam membangun jiwa wirausaha Generasi Z melalui efikasi diri dan pola pikir entrepreneurial. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 8, 63–74. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v8i1.28703>
- Rahman, M., Rahaman, M. S., Moral, I., & Chowdhury, M. S. (2022). Entrepreneurship Education and Entrepreneurial Intention of Business Graduates: Does Artificial Intelligence Matter? In *Proceedings of the International Conference on Fourth Industrial Revolution and Beyond 2021. Series: Lecture Notes in Networks and Systems, Vol 437* (pp. 109–123). https://doi.org/10.1007/978-981-19-2445-3_8
- Ringle, C. M., Wende, S., & Becker, J.-M. (2022). *SmartPLS 4*. <https://www.smartpls.com/>
- Riyoko, S., & Mufid, F. (2023). Entrepreneurial Orientation in the Business Profit Development Center of SMEs in Java: The Critical Role of Islamic Values. *Iqtishadia*, 16(2), 327–342.
- Saoula, O., Shamim, A., Ahmad, M. J., & Abid, M. F. (2023). Do entrepreneurial self-efficacy, entrepreneurial motivation, and family support enhance entrepreneurial intention? The mediating role of entrepreneurial education. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 17(1), 20–45. <https://doi.org/10.1108/APJIE-06-2022-0055>
- Saptono, A., Wibowo, A., Narmaditya, B. S., Karyaningsih, R. P. D., & Yanto, H. (2020). Does entrepreneurial education matter for Indonesian students' entrepreneurial preparation: The mediating role of entrepreneurial mindset and knowledge. *Cogent Education*, 7(1). <https://doi.org/10.1080/2331186X.2020.1836728>
- Saptono, A., Wibowo, A., Widyastuti, U., Narmaditya, B. S., & Yanto, H. (2021). Entrepreneurial self-efficacy among elementary students: the role of entrepreneurship education. *Heliyon*, 7(9). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e07995>
- Halo Semarang. (2022). *11.527 UMKM di Jepara telah ber-NIB*. <https://halosemarang.id/11-527-umkm-di-jepara-telah-ber-nib/>
- Spilbergs, A., Mavlutova, I., & Lesinskis, K. (2026). Entrepreneurial intention of students: The role of digital tools and personal factors in entrepreneurship education. *PLOS ONE*. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0337826>
- Badan Pusat Statistik. (2021). *Hasil Sensus Penduduk (SP2020) pada September 2020 Mencatat Jumlah Penduduk Sebesar 270,20 Juta Jiwa*. <https://www.bps.go.id/id/pressrelease/2021/01/21/1854/hasil-sensus-penduduk--sp2020--pada-september-2020-mencatat-jumlah-penduduk-sebesar-270-20-juta-jiwa.html>
- Widiastuti, A., Riyoko, S., Hanun, R. U., & Ferdiani, C. (2026). Entrepreneurial Characteristics And Sustainable Business: The Mediating Role Of Perceived Ease Of Use. *JMER*, 07(2), 323–335.

Zulkarnaen, W., Fitriani, I., & Yuningsih, N. (2020). Pengembangan Supply Chain Management Dalam Pengelolaan Distribusi Logistik Pemilu Yang Lebih Tepat Jenis, Tepat Jumlah Dan Tepat Waktu Berbasis Human Resources Competency Development Di KPU Jawa Barat. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 4(2), 222-243. <https://doi.org/10.31955/mea.vol4.iss2.pp222-243>.

GAMBAR DAN TABEL



Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian
Sumber: Peneliti, 2026

Tabel 1. Dimensi dan Item Kuesioner Penelitian

Kode	Variabel	Dimensi/Indikator	Item Kuesioner
X1	Pendidikan Kewirausahaan	Pemahaman, keterampilan, pengalaman praktik, identifikasi peluang, kreativitas ide, kualitas pengajar	PK1–PK6 (lihat kuesioner penelitian)
X2	Dukungan Sosial	Dukungan keluarga, teman, mentor, kesempatan lingkungan, akses sumber daya, dukungan emosional	DS1–DS6 (lihat kuesioner penelitian)
X3	AI Readiness	Pemahaman fungsi AI, kemampuan penggunaan, pemanfaatan ide bisnis, keyakinan efektivitas,	AIR1–AIR5 (lihat kuesioner penelitian)

		kesiapan belajar teknologi baru	
M1	<i>Entrepreneurial Mindset</i>	Identifikasi peluang, solusi kreatif, keterbukaan ide baru, inisiatif, adaptabilitas, kesediaan mengambil risiko	EM1–EM6 (lihat kuesioner penelitian)
M2	<i>Entrepreneurial Self-Efficacy</i>	Memulai usaha, perencanaan bisnis/pemasaran, pengambilan keputusan, pengelolaan keuangan, pengelolaan risiko, pengembangan usaha	ESE1–ESE6 (lihat kuesioner penelitian)
Y	Minat Berwirausaha	Keinginan kuat, rencana memulai usaha, preferensi wirausaha, kesiapan, kesiapan menanggung risiko, komitmen	MB1–MB6 (lihat kuesioner penelitian)

Sumber: Data diolah peneliti, 2026

Tabel 2. Karakteristik Responden (n = 185)

Kategori	Kelompok	Jumlah (n)	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	74	40,0
	Perempuan	111	60,0
Usia	17-20 tahun	39	21,1
	21-24 tahun	60	32,4
	25-29 tahun	86	46,5
Status Domisili	Berdomisili di Kabupaten Jepara	173	93,5
	Ber-KTP Jepara, tinggal sementara di luar wilayah	11	5,9
	Lainnya	1	0,5
Pendidikan Terakhir	SMA/SMK	97	52,4
	Diploma	1	0,5
	Sarjana	82	44,3
	Lainnya	5	2,7
Status Saat Ini	Bekerja	79	42,7
	Mahasiswa	38	20,5
	Mahasiswa sambil bekerja	22	11,9
	Wirausaha	14	7,6
	Lainnya	32	17,3
Pengalaman Pendidikan/Pelatihan Kewirausahaan	Pernah	136	73,5
	Belum pernah	49	26,5

Tabel 2. Karakteristik Responden (n = 185)

Kategori	Kelompok	Jumlah (n)	Persentase (%)
Pengalaman Menggunakan AI	Pernah	170	91,9
	Belum pernah	15	8,1
Status Usaha Saat Ini	Sudah memiliki usaha	46	24,9
	Belum memiliki usaha, tetapi ingin memulai	126	68,1
	Tidak tertarik berwirausaha	3	1,6
	Tidak menjawab	10	5,4

Sumber: Data primer diolah peneliti, 2026

Tabel 3. Outer Loading Seluruh Indikator

Indikator	Loading	Indikator	Loading	Indikator	Loading
PK1	0,874	EM1	0,765	MB1	0,919
PK2	0,904	EM2	0,783	MB2	0,877
PK3	0,870	EM3	0,867	MB3	0,866
PK4	0,845	EM4	0,892	MB4	0,911
PK5	0,897	EM5	0,916	MB5	0,901
PK6	0,875	EM6	0,845	MB6	0,870
DS1	0,772	ESE1	0,910	AIR1	0,875
DS2	0,820	ESE2	0,951	AIR2	0,905
DS3	0,722	ESE3	0,892	AIR3	0,910
DS4	0,865	ESE4	0,908	AIR4	0,896
DS5	0,732	ESE5	0,920	AIR5	0,917
DS6	0,815	ESE6	0,933		

Sumber: Output SmartPLS 4, 2026

Tabel 4. Average Variance Extracted, Composite Reliability, dan Cronbach's Alpha

Konstruk	AVE	Composite Reliability (rho_c)	Cronbach's Alpha
Pendidikan Kewirausahaan (PK)	0,770	0,953	0,940
Dukungan Sosial (DS)	0,623	0,908	0,878
AI Readiness (AIR)	0,811	0,955	0,942
Entrepreneurial Mindset (EM)	0,717	0,938	0,921
Entrepreneurial Self-Efficacy (ESE)	0,845	0,970	0,963
Minat Berwirausaha (MB)	0,793	0,958	0,947

Sumber: Output SmartPLS 4, 2026

Tabel 5. Matriks Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)

Konstruk	AIR	DS	EM	ESE	MB	PK
AIR	—					
DS	0,737	—				
EM	0,761	0,759	—			
ESE	0,698	0,725	0,874	—		
MB	0,665	0,663	0,805	0,864	—	
PK	0,672	0,766	0,730	0,660	0,729	—

Sumber: Output SmartPLS 4, 2026

Tabel 6. Nilai R-square

Variabel Endogen	R-square	Kategori
<i>Entrepreneurial Mindset</i> (EM)	0,618	Moderat menuju kuat
<i>Entrepreneurial Self-Efficacy</i> (ESE)	0,683	Moderat menuju kuat
Minat Berwirausaha (MB)	0,736	Moderat menuju kuat

Sumber: Output SmartPLS 4, 2026

Tabel 7. Inner VIF dan f-square

Jalur	Inner VIF	f ²	Interpretasi f ²
PK → EM	2,148	0,093	Kecil menuju sedang
DS → EM	2,356	0,063	Kecil
AIR → EM	2,019	0,175	Sedang
EM → ESE	1,000	2,116	Besar
PK → MB	2,352	0,117	Kecil menuju sedang
DS → MB	2,583	0,008	Tidak ada efek
AIR → MB	2,403	0,002	Tidak ada efek
EM → MB	3,935	0,009	Tidak ada efek
ESE → MB	3,397	0,392	Besar

Sumber: Dihitung peneliti berdasarkan skor komposit indikator, 2026

Tabel 8. Hasil Pengujian Hipotesis Jalur Langsung

Hipotesis	Jalur	Koefisien (β)	T-statistics	P-values	Keterangan
H1	PK → EM	0,279	2,715	0,007	Didukung
H2	DS → EM	0,243	2,140	0,032	Didukung
H3	AIR → EM	0,366	3,965	0,000	Didukung
H4	EM → ESE	0,826	30,628	0,000	Didukung
H5	ESE → MB	0,588	7,665	0,000	Didukung
H6	PK → MB	0,272	1,951	0,051	Tidak didukung
H7	DS → MB	-0,074	0,711	0,477	Tidak didukung
H8	AIR → MB	0,037	0,575	0,565	Tidak didukung

Tabel 8. Hasil Pengujian Hipotesis Jalur Langsung

Hipotesis	Jalur	Koefisien (β)	T-statistics	P-values	Keterangan
H13	EM $\rightarrow$ MB	0,112	1,124	0,261	Tidak didukung

Sumber: Output SmartPLS 4, 2026

Tabel 9. Hasil Pengujian Mediasi Berseri (Percentile Bootstrap 95% CI)

Hip.	Jalur Mediasi	β	T-stat	P	CI 2,5%	CI 97,5%	Ket.
H9	PK $\rightarrow$ EM $\rightarrow$ ESE $\rightarrow$ MB	0,136	2,579	0,010	0,050	0,255	Didukung
H10	DS $\rightarrow$ EM $\rightarrow$ ESE $\rightarrow$ MB	0,118	2,004	0,045	0,010	0,238	Didukung
H11	AIR $\rightarrow$ EM $\rightarrow$ ESE $\rightarrow$ MB	0,178	3,578	0,000	0,081	0,275	Didukung
H12	EM $\rightarrow$ ESE $\rightarrow$ MB	0,486	7,203	0,000	0,356	0,616	Didukung

Sumber: Output SmartPLS 4, 2026