

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1. Gambaran Universitas Brawijaya Malang

Universitas Brawijaya (UB) berkedudukan di Kota Malang, Jawa Timur, didirikan pada tanggal 5 Januari 1963 dengan Surat Keputusan Menteri Perguruan Tinggi dan Ilmu Pengetahuan (PTIP) Nomor 1 Tahun 1963, dan kemudian dikukuhkan dengan Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 196 Tahun 1963 tertanggal 23 September 1963. Arah pengembangan Universitas Brawijaya saat ini menuju *World Class Entrepreneurial University*. Visi UB saat ini adalah menjadi universitas unggul yang berstandar internasional dan mampu berperan aktif dalam pembangunan bangsa melalui proses pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat. Misi UB adalah untuk Menyelenggarakan pendidikan berstandar internasional agar peserta didik menjadi manusia yang berkemampuan akademik dan/atau profesi yang berkualitas dan berkepribadian serta berjiwa dan/atau berkemampuan entrepreneur; dan Melakukan pengembangan dan penyebarluasan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni,serta mengupayakan penggunaannya untuk meningkatkan taraf kehidupan masyarakat dan memperkaya kebudayaan nasional.

Dalam hal pemeringkatan perguruan tinggi, pada tahun 2015 UB mencapai peringkat 301+ untuk *QS World University Ranking Asia* dari 400 Perguruan Tinggi yang terdaftar di QS Asia, UB juga mencapai peringkat 701+ untuk *QS World University Ranking (QS WUR)* dari 900+ Perguruan Tinggi yang terdaftar di QS WUR. Untuk *Webometrics Ranking of Web of Universities*, UB mencapai peringkat 4 di

Indonesia pada bulan Januari 2015 dan peringkat 5 pada bulan Juli 2015 dari 11.992 Perguruan Tinggi di seluruh dunia dan 393 Perguruan Tinggi se-Indonesia. Untuk 4 *International Colleges and Universities* (4ICU), UB mencapai peringkat 4 di Indonesia pada bulan Januari 2015 dan peringkat 7 pada bulan Juli 2015 dari 11.000 Perguruan Tinggi di seluruh dunia dan 408 Perguruan Tinggi se-Indonesia. Serta peringkat 3 di bidang kualitas mahasiswa dan peringkat 6 (dari berbagai parameter) dari sekitar 4.000 perguruan tinggi se-Indonesia untuk pemeringkatan Kemenristek-DIKTI (Bisri, 2016).

Hingga tahun ajaran 2015/2016, jumlah mahasiswa UB adalah 64.031 orang, yang terdiri dari mahasiswa diploma sejumlah 2.228 orang, mahasiswa program sarjana sebanyak 57.311 orang, mahasiswa program magister dan doktor berturut-turut sebanyak 3.299 dan 1.193 orang. Sehingga UB saat ini berada di urutan ketiga secara nasional dalam hal tingginya minat untuk mengikuti pendidikan tinggi di Perguruan Tinggi Negeri (PTN) setelah Universitas Padjajaran (UNPAD) dan Universitas Gadjah Mada (UGM).

5.2. Gambaran Umum Objek Penelitian

5.2.1.1. Profil Fakultas Ilmu Komputer

Program Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer dibentuk pada tahun 2011, yang merupakan hasil penggabungan antara Program Studi Ilmu Komputer dan Teknik Informatika di Universitas Brawijaya. Awalnya, Program Studi Ilmu Komputer berdiri pada tahun 2002 berada di bawah Jurusan Matematika, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam (FMIPA). Sedangkan Program Studi Teknik informatika

berdiri sejak tahun 2007 di bawah Fakultas Teknik dengan nama Teknik Perangkat Lunak, karena merupakan pengembangan dari bidang keminatan di Jurusan Elektro. Dan kemudian berubah nama menjadi program studi Teknik Informatika.

Dalam Perkembangan Selanjutnya, dikarenakan adanya keserupaan antara Program Studi Ilmu Komputer dan Program Studi Teknik Informatika, sistem pengkodean Program Studi dari Direktorat Jendral Pendidikan Tinggi (DIKTI) dan rekomendasi dari Asosiasi Perguruan Tinggi Informatika dan Ilmu Komputer (APTIKOM), maka pada bulan Oktober 2011, Prof. Dr. Ir. Yogi Sugito selaku Rektor Universitas Brawijaya mengeluarkan Surat Keputusan Rektor Universitas Brawijaya nomor 516/SK/2011 tanggal 27 Oktober 2011 tentang pembentukan Program Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer (PTIIK), yang setara dengan Fakultas yang merupakan gabungan dari kedua Program Studi tersebut. Selanjutnya, Peraturan Menristekdikti No 4 Tahun 2016 Tentang Struktur Organisasi dan Tata Kelola (OTK) Universitas Brawijaya menetapkan tiga program menjadi fakultas yaitu Fakultas Kedokteran Hewan (FKH), Kedokteran Gigi (FKG), dan Ilmu Komputer (FILKOM) sehingga pada tahun 2016, berdasarkan Universitas Brawijaya dengan SK Rektor Universitas Brawijaya Nomor 49/2016 tanggal 29 Januari 2016, PTIIK secara resmi menjadi Fakultas Ilmu Komputer (FILKOM) yang menaungi 2 Jurusan yaitu Jurusan Teknik Informatika yang membawahi 3 program studi antara lain S1 Teknik Informatika, S2 Ilmu Komputer, dan S1 Teknik Komputer; dan Jurusan Sistem Informasi yang membawahi 3 program studi antara lain S1 Sistem Informasi, S1 Teknologi Informasi dan S1 Pendidikan Teknologi Informasi. Untuk program studi S2 Ilmu Komputer baru dibuka dan menerima mahasiswa pada semester genap tahun

ajaran 2014/2015, S1 Pendidikan Teknologi Informasi baru berjalan dan mengambil mahasiswa mulai tahun ajaran 2015/2016, dan program studi S1 Teknologi Informasi baru mengambil mahasiswa pada tahun ajaran 2016/2017.

5.3. Deskripsi Responden

Berdasarkan hasil dari studi lapang yang telah dilakukan secara online, gambaran mengenai karakteristik dari responden yang terlibat dapat dilakukan analisis. *Link address* kuisisioner secara langsung disebar di berbagai link media sosial yang sekiranya dapat menjangkau calon responden. Pada kuisisioner disertakan Nomer Induk Mahasiswa (NIM) untuk menjamin tidak terjadinya kecurangan dalam pengisian kuisisioner dan benar-benar berasal dari Fakultas Ilmu Komputer. Sesuai dengan metode sampling yang dijabarkan pada tabel 4.2 kuisisioner diusahakan dapat memenuhi target data sampel, akan tetapi hanya didapatkan 187 responden kuisisioner online. Karena bentuk *form online* yang telah diatur agar tidak ada data yang hilang atau rusak maka keseluruhan dari 187 kuisisioner terisi dapat digunakan.

Jumlah sampel yang berjumlah 187 sudah memenuhi ukuran sampel minimum dengan menggunakan tabel Cohen (1992) yang mempertimbangkan *statistical power* dan *effect size* ketika menentukan minimum ukuran sampel (Sholihin dan Ratmono, 2013). Dalam model pengukuran jumlah anak panah terbesar yang mengenai satu konstruk adalah 3 (*Technopreneurship Intentions*), dengan menggunakan signifikan pada 5% dan *R squared* minimum sebesar 0,25 maka ukuran sampel minimum yang harus dipunyai adalah 59. Bahkan dengan menggunakan signifikan pada 1% dan *R squared* minimum sebesar 0,1 ukuran sampel minimum yang harus dipunyai adalah 176 sehingga jumlah sampel sebanyak 187 sudah memenuhi syarat minimum

sampel. Berdasarkan kuisisioner tersebut maka bisa diperoleh deskripsi responden yang diolah dengan menggunakan aplikasi SPSS dapat diuraikan selanjutnya.

5.3.1. Deskripsi Responden Berdasarkan Angkatan Akademik

Deskripsi responden berdasarkan angkatan akademik dapat dilihat dalam gambar 5.3.1 di bawah ini.

		class			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2009	6	3.2	3.2	3.2
	2010	12	6.4	6.4	9.6
	2011	18	9.6	9.6	19.3
	2012	47	25.1	25.1	44.4
	2013	104	55.6	55.6	100.0
	Total	187	100.0	100.0	

Gambar 5.3.1 Frekuensi sebaran angkatan akademik

Dari gambar 5.3.1 diatas dapat dijelaskan bahwa responden yang berasal dari angkatan 2009 sebanyak 6 (3,2%) responden, angkatan 2010 sebanyak 12 (6,4%), angkatan 2011 sebanyak 18 (9,6%) responden, angkatan 2012 sebanyak 47 (25,1%) responden, dan angkatan 2013 sebanyak 104 (55,6%) responden. Apabila dibandingkan dengan sampel yang ditargetkan hanya responden dari angkatan 2009 yang memenuhi.

5.3.2. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat dalam gambar 5.3.2 dibawah ini.

		sex			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	L	109	58.3	58.3	58.3
	P	78	41.7	41.7	100.0
	Total	187	100.0	100.0	

Gambar 5.3.2 Frekuensi sebaran jenis kelamin

Dari gambar 5.3.2 diatas dapat dijelaskan bahwa responden berjenis kelamin laki-laki (L) sebanyak 109 (58,3%) responden, dan berjenis kelamin Perempuan (P) sebanyak 78 (41,7%) responden dari 187 responden. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa di Fakultas Ilmu Komputer didominasi oleh mahasiswa laki-laki.

5.3.3. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

Deskripsi berdasarkan usia responden dapat dilihat dalam gambar 5.3.3 di bawah ini.

		age			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20	8	4.3	4.3	4.3
	21	71	38.0	38.0	42.2
	22	62	33.2	33.2	75.4
	23	24	12.8	12.8	88.2
	24	11	5.9	5.9	94.1
	25	8	4.3	4.3	98.4
	26	2	1.1	1.1	99.5
	27	1	.5	.5	100.0
	Total	187	100.0	100.0	

Gambar 5.3.3 Frekuensi sebaran usia

Dari gambar 5.3.3 dapat dijelaskan bahwa responden yang berusia 20 tahun sebanyak 1 (4,3%) responden, yang berusia 21 tahun sebanyak 71 (38%) responden, yang berusia 22 tahun sebanyak 62 (33,2%) responden, yang berusia 23 tahun sebanyak 24 (12,8%) responden, yang berusia 24 tahun sebanyak 11 (5,9%) responden, yang berusia 25 tahun sebanyak 8 (4,3%) responden, yang berusia 26 tahun sebanyak 2 (1,1%) responden, dan yang berusia 27 tahun sebanyak 1 (0,5%) responden. Usia responden dihitung per bulan Juni 2016. Umur mahasiswa S1 biasa berada pada rentang umur 19 – 25, karena FILKOM juga menerima mahasiswa alih program dari D3 maka kemungkinan besar bahwa mahasiswa berumur 27 tahun merupakan mahasiswa alih program.

5.4. Analisis Data

5.4.1. Analisis Statistik Deskriptif

Seperti yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya bahwa analisis statistika deskriptif dalam penelitian ini yang akan menggunakan *central tendency* dan *dispersi*. Teknik analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan ketercapaian setiap indikator variabel melalui perhitungan persentase. Deskripsi data disajikan dalam tabel. Perolehan persentase setiap butir alat ukur dikonsultasikan dengan norma yang terdiri dari lima kategori, yaitu sangat sesuai, sesuai, netral, tidak sesuai, dan sangat tidak sesuai. Kemudian dihitung ada berapa indikator yang termasuk dalam kategori sangat sesuai, sesuai, netral, tidak sesuai, dan sangat tidak sesuai.

Norma setiap kategori didapatkan dari perhitungan persentase ideal minimum (Pmin), persentase ideal maksimum (Pmax), jangkauan (R), rerata persentase ideal (Mp), dan simpang baku ideal (SDp). Skor Pmin sebesar 0, Pmax sebesar 100, R sebesar $100 - 0 = 100$, rerata persentase ideal (Mp) sebesar $100 / 2 = 50$, dan SDp sebesar $100 / 6 = 16,67$. Kategori sangat sesuai memiliki skor $x > Mp + 1,5 SDp$. Kategori sesuai memiliki skor $x \leq Mp + 1,5 SDp$ dan $x > Mp + 0,5 SDp$. Kategori netral memiliki skor $x \leq Mp + 0,5 SDp$ dan $x > Mp - 0,5 SDp$. Kategori tidak sesuai memiliki skor $x \leq Mp - 0,5 SDp$ dan $x > Mp - 1,5 SDp$. Kategori sangat tidak sesuai memiliki skor $x \leq Mp - 1,5 SDp$.

Hasil perhitungan disajikan dalam tabel 5.4.1.1 berikut:

Tabel 5.4.1.1 Kategori Persentase

No	Persentase (%)	Kategori
1	$75.01 < x \leq 100.00$	Sangat sesuai
2	$58.34 < x \leq 75.01$	Sesuai
3	$41.66 < x \leq 58.34$	Netral
4	$24.99 < x \leq 41.66$	Tidak sesuai
5	$0.00 < x \leq 24.99$	Sangat tidak sesuai

Pada gambar 5.4.1 dibawah menunjukkan nilai *mean* (rata-rata) dan standar deviasi untuk masing-masing variabel. Persentase setiap indikator dihitung dengan cara menjumlahkan perolehan skor tiap indikator yang diperoleh dari lapangan, membandingkannya dengan skor ideal sebesar 935 (asumsi semua jawaban bernilai 5 dari 187 responden), dan dikalikan dengan 100%. Untuk tabel 5.4.1.1, 5.4.2.1, 5.4.3.1, dan 5.4.4.1 perhitungan skor total akan menggunakan perhitungan persentase diatas.

		Statistics			
		X1	X2	Y1	Y2
N	Valid	187	187	187	187
	Missing	0	0	0	0
Mean		23.11	25.36	19.95	11.43
Std. Error of Mean		.280	.321	.230	.165
Median		23.00	26.00	20.00	12.00
Mode		24	24	20	12
Std. Deviation		3.827	4.391	3.152	2.250
Variance		14.649	19.285	9.933	5.063
Range		22	28	19	11
Minimum		8	7	6	4
Maximum		30	35	25	15
Sum		4322	4742	3730	2137

Gambar 5.4.1 Hasil statistik deskriptif

Dari gambar 5.4.1 data disimpulkan bahwa variabel X2 atau variabel *Perceived Feasibility* memiliki nilai tertinggi diantara 4 variabel yang ada, dan hampir mencapai nilai 4,4 yang menunjukkan bahwa respon individual secara rata-rata adalah berjarak 4,4 dari nilai rata-rata variabel *Perceived Feasibility*. Nilai standar deviasi terendah adalah variabel Y2 atau variabel *Technopreneurship Intentions*, mencapai nilai 2 yang menunjukkan bahwa respon individual lebih terkluster (mengumpul) dan lebih rapat dibandingkan 4 variabel yang lain. Sedangkan nilai mean terendah juga berada pada variabel Y2 atau variabel *Technopreneurship Intentions* dan nilai mean tertinggi adalah variabel X2 atau variabel *Perceived Feasibility*.

5.4.1.1. Deskripsi Variabel *Perceived Desirability*

Untuk variabel *Perceived Desirability* memiliki 6 indikator pertanyaan yang diajukan kepada responden, dan hasil distribusi variabel *Perceived Desirability* dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 5.4.1.1 Deskripsi Variabel *Perceived Desirability*

Variabel	Indikator	Frekuensi dan Persentase Jawaban Responden										Skor Total
		1		2		3		4		5		
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
<i>Perceived Desirability</i> (X1)	X _{1.1.1}	2	1,1	6	3,2	30	16,0	77	41,2	72	38,5	0,83
	X _{1.1.2}	3	1,6	8	4,3	26	13,9	90	48,1	60	32,1	0,81
	X _{1.1.3}	3	1,6	5	2,7	54	28,9	80	42,8	45	24,1	0,77
	X _{1.2.1}	6	3,2	16	8,6	46	24,6	85	45,5	34	18,2	0,73
	X _{1.2.2}	2	1,1	10	5,3	57	30,5	75	40,1	43	23,0	0,76
	X _{1.2.3}	4	2,1	19	10,2	54	28,9	75	40,1	35	18,7	0,73

Dalam variabel *Perceived Desirability*, indikator minat pribadi (X_{1.1.1}) yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 2 responden (1,1%), yang menjawab tidak setuju sebanyak 6 responden (3,2%), yang menjawab ragu-ragu sebanyak 30 responden (16%), yang menjawab setuju sebanyak 77 responden (41,2%), dan yang menjawab sangat setuju sebanyak 72 responden (38,5). Skor modus pada indikator ini terletak pada jawaban setuju sebesar 41,2% (77 responden), dan hal ini menunjukkan sebagian besar responden merasa setuju bahwa minat pribadi cukup penting. Skor total sebesar 83% juga menunjukkan bahwa indikator minat pribadi sangat sesuai bagi responden mahasiswa. Kemudian, indikator keuntungan (X_{1.1.2}) yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 3 responden (1,6%), yang menjawab

tidak setuju sebanyak 8 responden (4,3%), yang menjawab ragu-ragu sebanyak 26 responden (13,9%), yang menjawab setuju sebanyak 90 responden (48,1%), dan yang menjawab sangat setuju sebanyak 60 responden (32,1%). Skor modus pada indikator ini terletak pada jawaban setuju sebesar 48,1% (90 responden), dan hal ini menunjukkan sebagian besar responden merasa setuju bahwa mendapatkan keuntungan cukup penting. Skor total sebesar 81% juga menunjukkan bahwa indikator mendapatkan keuntungan sangat sesuai bagi responden mahasiswa.

Selanjutnya, indikator pandangan negatif ($X_{1.1.3}$) yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 3 responden (1,6%), yang menjawab tidak setuju sebanyak 5 responden (2,7%), yang menjawab ragu-ragu sebanyak 54 responden (28,9%), yang menjawab setuju sebanyak 80 responden (42,8%), dan yang menjawab sangat setuju sebanyak 45 responden (24,1%). Skor modus pada indikator ini terletak pada jawaban setuju sebesar 42,8% (80 responden), dan hal ini menunjukkan sebagian besar responden merasa setuju bahwa pandangan negatif dari orang lain cukup berpengaruh besar. Skor total sebesar 77% juga menunjukkan bahwa indikator pandangan negatif dari orang lain sangat sesuai bagi responden mahasiswa. Kemudian, indikator pengaruh lingkungan sekitar ($X_{1.2.1}$) yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 6 responden (3,2%), yang menjawab tidak setuju sebanyak 16 responden (8,6%), yang menjawab ragu-ragu sebanyak 46 responden (24,6%), yang menjawab setuju sebanyak 85 responden (45,5%), dan yang menjawab sangat setuju sebanyak 34 responden (18,2%). Skor modus pada indikator ini terletak pada jawaban setuju sebesar 45,5% (85 responden), dan hal ini menunjukkan sebagian besar responden merasa setuju bahwa lingkungan sekitar cukup berpengaruh. Skor total

sebesar 73% juga menunjukkan bahwa indikator lingkungan sekitar sesuai bagi responden mahasiswa.

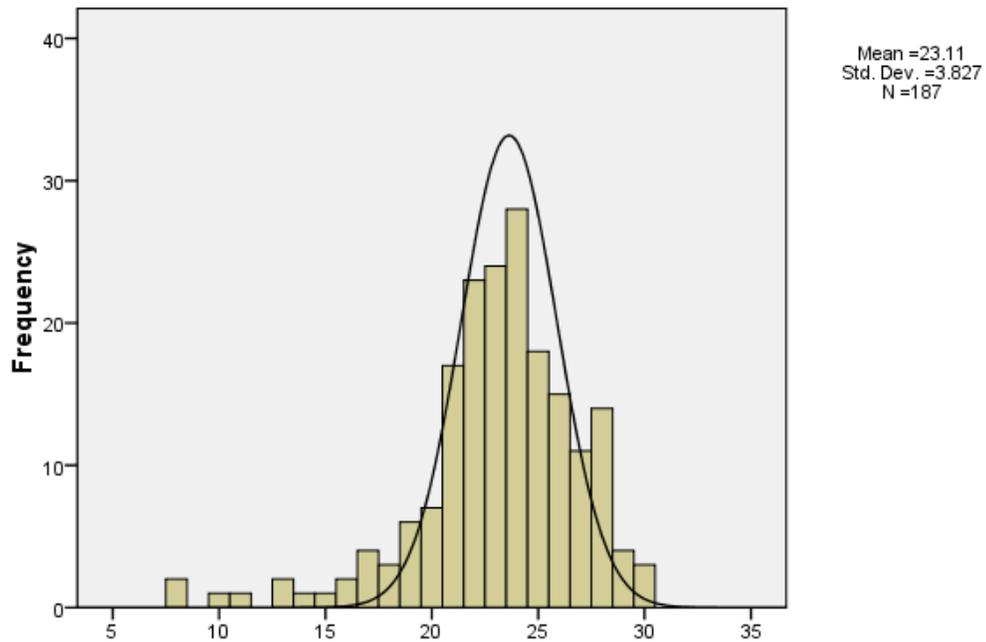
Kemudian, indikator kemungkinan memperoleh penghasilan besar ($X_{1.2.2}$) yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 2 responden (1,1%), yang menjawab tidak setuju sebanyak 10 responden (5,3%), yang menjawab ragu-ragu sebanyak 57 responden (30,5%), yang menjawab setuju sebanyak 75 responden (40,1%), dan yang menjawab sangat setuju sebanyak 43 responden (23%). Skor modus pada indikator ini terletak pada jawaban setuju sebesar 40,1% (75 responden), dan hal ini menunjukkan sebagian besar responden merasa setuju bahwa kemungkinan memperoleh penghasilan besar cukup besar. Skor total sebesar 76% juga menunjukkan bahwa indikator memperoleh penghasilan besar sangat sesuai bagi responden mahasiswa. Terakhir, indikator rasa kebersamaan yang tinggi ($X_{1.2.3}$) yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 4 responden (2,1%), yang menjawab tidak setuju sebanyak 19 responden (10,2%), yang menjawab ragu-ragu sebanyak 54 responden (28,9%), yang menjawab setuju sebanyak 75 responden (40,1%), dan yang menjawab sangat setuju sebanyak 35 responden (18,7%). Skor modus pada indikator ini terletak pada jawaban setuju sebesar 40,1% (75 responden), dan hal ini menunjukkan sebagian besar responden merasa setuju bahwa rasa kebersamaan yang tinggi cukup berpengaruh. Skor total sebesar 73% juga menunjukkan bahwa indikator rasa kebersamaan yang sangat tinggi sesuai bagi responden mahasiswa.

Hasil analisis variabel *Perceived Desirability* dapat diringkas dan disajikan pada gambar berikut:

Statistics		
X1		
N	Valid	187
	Missing	0
Mean		23,11
Std. Error of Mean		,280
Median		23,00
Mode		24
Std. Deviation		3,827
Variance		14,649
Skewness		-1,218
Std. Error of Skewness		,178
Kurtosis		2,809
Std. Error of Kurtosis		,354
Range		22
Minimum		8
Maximum		30

Gambar 5.4.1.1.1 Ringkasan Hasil Analisis variabel *Perceived Desirability*

Hasil analisa deskriptif variabel *Perceived Desirability* menunjukkan distribusi yang normal dengan hasil mean sebesar 23,11, median sebesar 23, dan modus sebesar 24 yang bernilai hampir sama dan ditunjukkan dalam histogram gambar 5.4.1.1.2. Dari segi *skewness* diketahui bahwa memiliki nilai yang rendah yaitu -1,218, sedangkan *kurtosis* bernilai 2,809. Secara visual, sebaran data dapat dilihat pada gambar 5.4.1.1.2 berikut:



Gambar 5.4.1.1.2 Variabel Ukur *Perceived Desirability*

5.4.1.2. Deskripsi Variabel *Perceived Feasibility*

Untuk variabel *Perceived Feasibility* memiliki 7 indikator pertanyaan yang diajukan kepada responden, dan hasil distribusi variabel *Perceived Feasibility* dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 5.4.1.2 Deskripsi Variabel *Perceived Feasibility*

Variabel	Indikator	Frekuensi dan Persentase Jawaban Responden										Skor Total
		1		2		3		4		5		
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
<i>Perceived Feasibility</i> (X ₂)	X2.1	5	2,7	27	14,4	59	31,6	70	37,4	26	13,9	0,69
	X2.2	8	4,3	37	19,8	68	36,4	60	32,1	14	7,5	0,64
	X2.3	4	2,1	27	14,4	80	42,8	57	30,5	19	10,2	0,66
	X2.4	5	2,7	10	5,3	16	8,6	63	33,7	93	49,7	0,84
	X2.5	3	1,6	13	7,0	41	21,9	76	40,6	54	28,9	0,78
	X2.6	6	3,2	30	16,0	49	26,2	66	35,3	36	19,3	0,70
	X2.7	5	2,7	13	7,0	40	21,4	90	48,1	39	20,9	0,76

Dalam variabel *Perceived Feasibility*, indikator kemampuan mengatasi masalah (X_{2.1}) yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 5 responden (2,7%), yang menjawab tidak setuju sebanyak 27 responden (14,4%), yang menjawab ragu-ragu sebanyak 59 responden (31,6%), yang menjawab setuju sebanyak 70 responden (37,4%), dan yang menjawab sangat setuju sebanyak 26 responden (13,9%). Skor modus pada indikator ini terletak pada jawaban setuju sebesar 37,4% (70 responden), dan hal ini menunjukkan sebagian besar responden merasa setuju bahwa kemampuan mengatasi masalah cukup penting. Skor total sebesar 69% juga menunjukkan bahwa indikator kemampuan mengatasi masalah sesuai bagi responden mahasiswa. Kemudian, indikator pengetahuan pribadi (X_{2.2}) yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 8 responden (4,3%), yang menjawab tidak setuju sebanyak 37 responden (19,8%), yang menjawab ragu-ragu sebanyak 68 responden (36,4%), yang menjawab setuju sebanyak 60 responden (32,1%), dan yang menjawab sangat setuju sebanyak 14 responden (7,5%). Skor modus pada

indikator ini terletak pada jawaban setuju sebesar 36,4% (68 responden), dan hal ini menunjukkan sebagian besar responden merasa ragu-ragu mengenai pengetahuan pribadi yang harus dimiliki. Skor total sebesar 64% juga menunjukkan bahwa indikator pengetahuan pribadi yang harus dimiliki sesuai bagi responden mahasiswa.

Selanjutnya, indikator penguasaan kecakapan tertentu ($X_{2.3}$) yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 4 responden (2,1%), yang menjawab tidak setuju sebanyak 27 responden (14,4%), yang menjawab ragu-ragu sebanyak 80 responden (42,8%), yang menjawab setuju sebanyak 57 responden (30,5%), dan yang menjawab sangat setuju sebanyak 19 responden (10,2%). Skor modus pada indikator ini terletak pada jawaban setuju sebesar 42,8% (80 responden), dan hal ini menunjukkan sebagian besar responden merasa ragu-ragu mengenai penguasaan kecakapan tertentu yang harus dimiliki. Skor total sebesar 66% juga menunjukkan bahwa indikator penguasaan kecakapan tertentu yang harus dimiliki sesuai bagi responden mahasiswa. Kemudian, indikator kebutuhan akan pelatihan ($X_{2.4}$) yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 5 responden (2,7%), yang menjawab tidak setuju sebanyak 10 responden (5,3%), yang menjawab ragu-ragu sebanyak 16 responden (8,6%), yang menjawab setuju sebanyak 63 responden (33,7%), dan yang menjawab sangat setuju sebanyak 93 responden (49,7%). Skor modus pada indikator ini terletak pada jawaban setuju sebesar 49,7% (93 responden), dan hal ini menunjukkan sebagian besar responden sangat setuju mengenai kebutuhan akan pelatihan sebagai kemampuan penunjang. Skor total sebesar 84% juga menunjukkan bahwa indikator kebutuhan akan pelatihan sebagai kemampuan penunjang sangat sesuai bagi responden mahasiswa.

Kemudian, indikator mudah membaaur ($X_{2.5}$) yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 3 responden (1,6%), yang menjawab tidak setuju sebanyak 13 responden (7%), yang menjawab ragu-ragu sebanyak 41 responden (21,9%), yang menjawab setuju sebanyak 76 responden (40,6%), dan yang menjawab sangat setuju sebanyak 54 responden (28,9%). Skor modus pada indikator ini terletak pada jawaban setuju sebesar 40,6% (76 responden), dan hal ini menunjukkan sebagian besar responden merasa setuju mengenai kemampuan untuk mudah membaaur perlu dimiliki. Skor total sebesar 78% juga menunjukkan bahwa indikator kemampuan untuk mudah membaaur sangat sesuai bagi responden mahasiswa. Selanjutnya, indikator sudah memiliki idea dasar untuk dikembangkan ($X_{2.6}$) yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 6 responden (3,2%), yang menjawab tidak setuju sebanyak 30 responden (16%), yang menjawab ragu-ragu sebanyak 49 responden (26,2%), yang menjawab setuju sebanyak 66 responden (35,3%), dan yang menjawab sangat setuju sebanyak 36 responden (19,3%). Skor modus pada indikator ini terletak pada jawaban setuju sebesar 35,3% (66 responden), dan hal ini menunjukkan sebagian besar responden merasa setuju adanya idea dasar untuk dikembangkan harus ada terlebih dahulu. Skor total sebesar 70% juga menunjukkan bahwa indikator adanya idea dasar untuk dikembangkan sesuai bagi responden mahasiswa.

Terakhir, indikator adanya dukungan dari lembaga terkait ($X_{2.7}$) yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 5 responden (2,7%), yang menjawab tidak setuju sebanyak 13 responden (7%), yang menjawab ragu-ragu sebanyak 40 responden (21,4%), yang menjawab setuju sebanyak 90 responden (48,1%), dan yang menjawab sangat setuju sebanyak 39 responden (20,9%). Skor modus pada indikator ini terletak

pada jawaban setuju sebesar 48,1% (90 responden), dan hal ini menunjukkan sebagian besar responden merasa setuju mengenai adanya dukungan dari lembaga terkait. Skor total sebesar 76% juga menunjukkan bahwa indikator adanya dukungan dari lembaga terkait sangat sesuai bagi responden mahasiswa.

Hasil analisis variabel *Perceived Feasibility* dapat diringkas dan disajikan pada gambar berikut:

Statistics

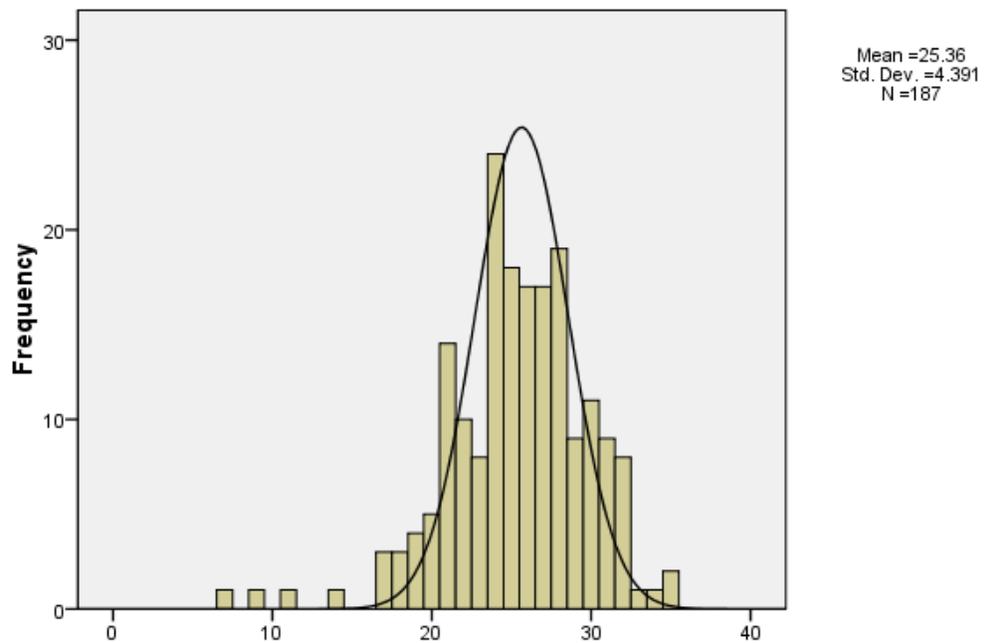
X2

N	Valid	187
	Missing	0
Mean		25,36
Std. Error of Mean		,321
Median		26,00
Mode		24
Std. Deviation		4,391
Variance		19,285
Skewness		-,810
Std. Error of Skewness		,178
Kurtosis		2,084
Std. Error of Kurtosis		,354
Range		28
Minimum		7
Maximum		35

Gambar 5.4.1.2.1 Ringkasan Hasil Analisis variabel *Perceived Feasibility*

Hasil analisa deskriptif variabel *Perceived Feasibility* menunjukkan distribusi yang normal dengan hasil mean sebesar 25,36, median sebesar 26, dan modus

sebesar 24 yang bernilai hampir sama dan ditunjukkan dalam histogram gambar 5.4.1.2.2. Dari segi *skewness* diketahui bahwa memiliki nilai yang rendah yaitu -0,810, sedangkan *kurtosis* bernilai 2,084. Secara visual, sebaran data dapat dilihat pada gambar 5.4.1.2.2 berikut



Gambar 5.4.1.2.2 Variabel Ukur *Perceived Feasibility*

5.4.1.3. Deskripsi Variabel *Creativity*

Untuk variabel *Creativity* memiliki 5 indikator pertanyaan yang diajukan kepada responden, dan hasil distribusi variabel *Creativity* dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 5.4.1.3.1 Deskripsi Variabel *Creativity*

Variabel	Indikator	Frekuensi dan Persentase Jawaban Responden										Skor Total
		1		2		3		4		5		
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
<i>Creativity</i> (Y1)	Y1.1	2	1,1	9	4,8	36	19,3	93	49,7	47	25,1	0,79
	Y1.2	3	1,6	5	2,7	22	11,8	82	43,9	75	40,1	0,84
	Y1.3	3	1,6	16	8,6	46	24,6	79	42,2	43	23,0	0,75
	Y1.4	1	,5	11	5,9	39	20,9	89	47,6	47	25,1	0,78
	Y1.5	2	1,1	5	2,7	24	12,8	86	46,0	70	37,4	0,83

Dalam variabel *Creativity*, indikator keberanian mengambil resiko (Y_{1.1}) yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 2 responden (1,1%), yang menjawab tidak setuju sebanyak 9 responden (4,8%), yang menjawab ragu-ragu sebanyak 36 responden (19,3%), yang menjawab setuju sebanyak 93 responden (49,7%), dan yang menjawab sangat setuju sebanyak 47 responden (25,1%). Skor modus pada indikator ini terletak pada jawaban setuju sebesar 49,7% (93 responden), dan hal ini menunjukkan sebagian besar responden merasa setuju bahwa keberanian mengambil resiko cukup penting. Skor total sebesar 79% juga menunjukkan bahwa indikator keberanian untuk mengambil resiko sangat sesuai bagi responden mahasiswa. Kemudian, indikator keyakinan akan kreatifitas pribadi (Y_{1.2}) yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 3 responden (1,6%), yang menjawab tidak setuju sebanyak 5 responden (2,7%), yang menjawab ragu-ragu sebanyak 22 responden (11,8%), yang menjawab setuju sebanyak 82 responden (43,9%), dan yang menjawab sangat setuju sebanyak 75 responden (40,1%). Skor modus pada indikator ini terletak pada jawaban setuju sebesar 43,9% (82 responden), dan hal ini

menunjukkan sebagian besar responden merasa setuju bahwa keyakinan akan kreatifitas pribadi cukup penting. Skor total sebesar 84% juga menunjukkan bahwa indikator keyakinan akan kreatifitas pribadi sangat sesuai bagi responden mahasiswa.

Selanjutnya, indikator penghargaan dari orang lain ($Y_{1.3}$) yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 3 responden (1,6%), yang menjawab tidak setuju sebanyak 16 responden (8,6%), yang menjawab ragu-ragu sebanyak 46 responden (24,6%), yang menjawab setuju sebanyak 79 responden (42,2%), dan yang menjawab sangat setuju sebanyak 43 responden (23%). Skor modus pada indikator ini terletak pada jawaban setuju sebesar 42,2% (79 responden), dan hal ini menunjukkan sebagian besar responden merasa setuju bahwa adanya penghargaan dari orang lain cukup penting. Skor total sebesar 75% juga menunjukkan bahwa indikator penghargaan dari orang lain sesuai bagi responden mahasiswa. Kemudian, indikator pengambilan resiko ketika berkelompok ($Y_{1.4}$) yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 1 responden (0,5%), yang menjawab tidak setuju sebanyak 11 responden (5,9%), yang menjawab ragu-ragu sebanyak 39 responden (20,9%), yang menjawab setuju sebanyak 89 responden (47,6%), dan yang menjawab sangat setuju sebanyak 47 responden (25,1%). Skor modus pada indikator ini terletak pada jawaban setuju sebesar 47,6% (89 responden), dan hal ini menunjukkan sebagian besar responden merasa setuju bahwa kemudahan pengambilan resiko ketika berkelompok cukup penting. Skor total sebesar 78% juga menunjukkan bahwa indikator kemudahan pengambilan resiko ketika berkelompok sangat sesuai bagi responden mahasiswa.

Terakhir, indikator keterbukaan dengan masukan ($Y_{1.5}$) yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 2 responden (1,1%), yang menjawab tidak setuju sebanyak 5

responden (2,7%), yang menjawab ragu-ragu sebanyak 24 responden (12,8%), yang menjawab setuju sebanyak 86 responden (46%), dan yang menjawab sangat setuju sebanyak 70 responden (37,4%). Skor modus pada indikator ini terletak pada jawaban setuju sebesar 46% (86 responden), dan hal ini menunjukkan sebagian besar responden merasa setuju bahwa keterbukaan dengan masukan dari orang lain cukup penting. Skor total sebesar 83% juga menunjukkan bahwa indikator keterbukaan dengan masukan dari orang lain sangat sesuai bagi responden mahasiswa.

Hasil analisis variabel *Creativity* dapat diringkas dan disajikan pada gambar berikut:

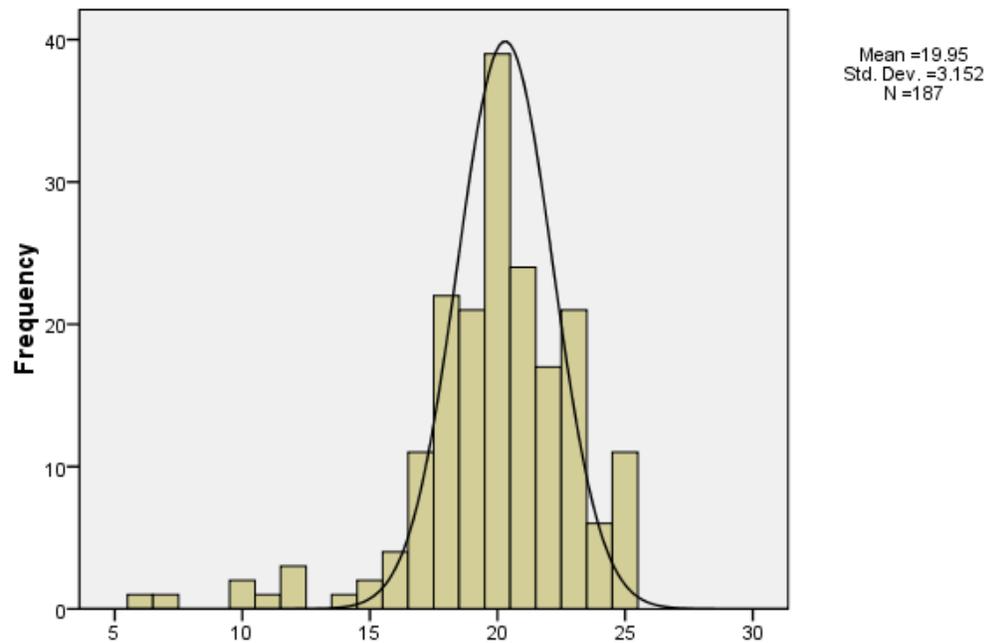
Statistics

Y1

N	Valid	187
	Missing	0
Mean		19,95
Std. Error of Mean		,230
Median		20,00
Mode		20
Std. Deviation		3,152
Variance		9,933
Skewness		-1,326
Std. Error of Skewness		,178
Kurtosis		3,671
Std. Error of Kurtosis		,354
Range		19
Minimum		6
Maximum		25

Gambar 5.4.1.3.1 Ringkasan Hasil Analisis Variabel *Creativity*

Hasil analisa deskriptif variabel *Creativity* menunjukkan distribusi yang normal dengan hasil mean sebesar 19,95, median sebesar 20, dan modus sebesar 20 yang bernilai hampir sama dan ditunjukkan dalam histogram gambar 5.4.1.3.2. Dari segi *skewness* diketahui bahwa memiliki nilai yang rendah yaitu -1,326, sedangkan *kurtosis* bernilai 3,671. Secara visual, sebaran data dapat dilihat pada gambar 5.4.1.3.2 berikut



Gambar 5.4.1.3.2 Variabel Ukur Creativity

5.4.1.4. Deskripsi Variabel *Technopreneurship Intentions*

Untuk variabel *Technopreneurship Intentions* memiliki 3 indikator pertanyaan yang diajukan kepada responden, dan hasil distribusi variabel *Technopreneurship Intentions* dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 5.4.1.4 Deskripsi Variabel *Technopreneurship Intentions*

Variabel	Indikator	Frekuensi dan Persentase Jawaban Responden										Skor Total
		1		2		3		4		5		
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
<i>Technopreneurship Intentions</i> (X2)	Y2.1	1	,5	14	7,5	59	31,6	70	37,4	43	23,0	0,75
	Y2.2	10	5,3	17	9,1	56	29,9	65	34,8	39	20,9	0,71
	Y2.3	4	2,1	8	4,3	27	14,4	72	38,5	76	40,6	0,82

Dalam variabel *Technopreneurship Intentions*, indikator keyakinan sukses memulai usaha setelah lulus ($Y_{2.1}$) yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 1 responden (0,5%), yang menjawab tidak setuju sebanyak 14 responden (7,5%), yang menjawab ragu-ragu sebanyak 59 responden (31,6%), yang menjawab setuju sebanyak 70 responden (37,4%), dan yang menjawab sangat setuju sebanyak 43 responden (23%). Skor modus pada indikator ini terletak pada jawaban setuju sebesar 37,4% (70 responden), dan hal ini menunjukkan sebagian besar responden merasa setuju bahwa keberanian mengambil resiko cukup penting. Skor total sebesar 75% juga menunjukkan bahwa indikator keberanian mengambil resiko sesuai bagi responden mahasiswa. Kemudian, indikator rencana memulai usaha setelah lulus ($Y_{2.2}$) yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 10 responden (5,3%), yang menjawab tidak setuju sebanyak 17 responden (9,1%), yang menjawab ragu-ragu sebanyak 56 responden (29,9%), yang menjawab setuju sebanyak 65 responden (34,8%), dan yang menjawab sangat setuju sebanyak 39 responden (20,9%). Skor modus pada indikator ini terletak pada jawaban setuju sebesar 34,8% (65 responden), dan hal ini menunjukkan sebagian besar responden merasa setuju bahwa rencana memulai usaha setelah lulus cukup penting. Skor total sebesar 71% juga menunjukkan bahwa indikator rencana memulai usaha sebelum lulus sesuai bagi responden mahasiswa.

Terakhir, indikator tertarik karena waktu kerja yang lebih fleksibel ($Y_{2.3}$) yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 4 responden (2,1%), yang menjawab tidak setuju sebanyak 8 responden (4,3%), yang menjawab ragu-ragu sebanyak 27 responden (14,4%), yang menjawab setuju sebanyak 72 responden (38,5%), dan

yang menjawab sangat setuju sebanyak 76 responden (40,6%). Skor modus pada indikator ini terletak pada jawaban setuju sebesar 40,6% (76 responden), dan hal ini menunjukkan sebagian besar responden merasa setuju bahwa ketertarikan karena waktu kerja yang lebih fleksibel cukup penting. Skor total sebesar 82% juga menunjukkan bahwa indikator ketertarikan karena waktu kerja yang lebih fleksibel sangat sesuai bagi responden mahasiswa. Hasil analisis variabel *Technopreneurship Intentions* dapat diringkas dan disajikan pada gambar berikut:

Statistics

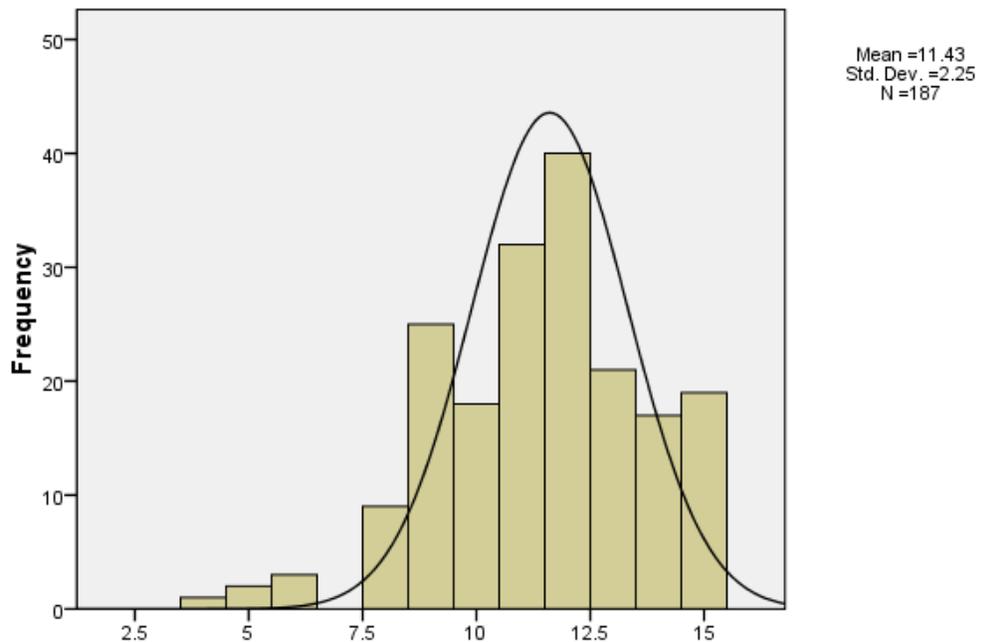
Y2

N	Valid	187
	Missing	0
Mean		11,43
Std. Error of Mean		,165
Median		12,00
Mode		12
Std. Deviation		2,250
Variance		5,063
Skewness		-,454
Std. Error of Skewness		,178
Kurtosis		,247
Std. Error of Kurtosis		,354
Range		11
Minimum		4
Maximum		15

Gambar 5.4.1.4.1 Hasil Ukur variabel *Technopreneurship Intentions*

Hasil analisa deskriptif variabel *Technopreneurship Intentions* menunjukkan distribusi yang normal dengan hasil mean sebesar 23,11, median sebesar 23, dan

modus sebesar 24 yang bernilai hampir sama dan ditunjukkan dalam histogram gambar 5.4.1.4.2. Dari segi *skewness* diketahui bahwa memiliki nilai yang rendah yaitu -0,454, sedangkan *kurtosis* bernilai 0,247. Secara visual, sebaran data dapat dilihat pada gambar 5.4.1.4.2 berikut



Gambar 5.4.1.4.2 Variabel Ukur *Technopreneurship Intentions*

5.4.2. Analisis Statistik Inferensial

5.4.2.1. Analisis Normalitas Data

Untuk mengetahui normalitas data maka perlu dilakukan pengujian data observasi apakah data yang didapatkan berdistribusi normal ataukah tidak bisa menggunakan uji normalitas data. Dalam penelitian ini akan digunakan uji Kolmogorov Smirnov karena data observasi berjumlah lebih dari 50. Dalam gambar 5.4.2.1 berikut merupakan hasil uji normalitas menggunakan SPSS:

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		X1	X2	Y1	Y2
N		187	187	187	187
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	23,11	25,36	19,95	11,43
	Std. Deviation	3,827	4,391	3,152	2,250
Most Extreme Differences	Absolute	,134	,106	,138	,119
	Positive	,063	,054	,075	,095
	Negative	-,134	-,106	-,138	-,119
Kolmogorov-Smirnov Z		1,837	1,447	1,884	1,628
Asymp. Sig. (2-tailed)		,002	,030	,002	,010

Gambar 5.4.2.1 Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

Dalam SPSS nilai probabilitas atau signifikansi telah ditentukan secara *default* sebesar 0,05. Berdasarkan hasil uji normalitas pada gambar 5.4.2.1 dapat dilihat bahwa semua variabel X1, X2, Y1, dan Y2 menghasilkan nilai *Asymp. Sig* < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data tidak berdistribusi normal. Dikarenakan hal ini maka data observasi tidak dapat diukur dengan menggunakan statistik parametrik sehingga harus dilakukan pengukuran dengan menggunakan statistik non-parametrik. Dalam penelitian ini kemudian digunakan pengukuran menggunakan SEM-PLS karena karakteristik data untuk model SEM-PLS dapat bekerja dengan baik bahkan untuk data tidak normal secara ekstrim, dan pengukuran menggunakan SEM-PLS merupakan sebuah pendekatan statistika non-parametrik (Sholihin dan Ratmono, 2013).

5.4.2.2. Analisis Model Pengukuran

Tahap ini bertujuan untuk mengevaluasi validitas dan reliabilitas dari setiap konstruk atau variabel laten. Sebagian besar penjelasan mengenai uji validitas dan uji reliabilitas sudah dibahas dalam sub bab 4.7.1 sebelumnya. Karena variabel *Perceived Desirability* (X1) terdiri dari 2 sub variabel maka penting untuk melakukan dilakukan proses pengukuran 2 tahap (*second order analysis*). Penelitian ini akan membahas 2 tahap pengukuran, berikut merupakan hasil pengukuran yang telah dilakukan dalam penelitian ini.

5.4.2.2.1. Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk *First Order*

	X1	X2	Y1	Y2
R-squared coefficients			0.548	0.449
Composite reliability coefficients	0.855	0.828	0.846	0.807
Cronbach's alpha coefficients	0.794	0.759	0.772	0.638
Average variances extracted	0.501	0.432	0.525	0.590
Full collinearity VIFs	2.026	1.781	2.101	1.797
Q-squared coefficients			0.547	0.450

Gambar 5.4.2.2.1.1 Variabel Koefisien

Dengan menggunakan pengukuran model WarpPLS dihasilkan koefisien variabel laten sesuai gambar 5.4.2.2.1.1 dimana nilai R-squared dari 2 variabel endogen Y1 yang bernilai 0,548 menunjukkan bahwa variansi Y1 dapat dijelaskan sebesar 54,8% oleh variansi X1 dan Y2, dan Y2 yang bernilai 0,449 menunjukkan bahwa variansi Y2 dapat dijelaskan sebesar 44,9% oleh variansi X2 dan Y2. Kemudian, meskipun variabel *Technopreneurship Intention* (Y2) memiliki nilai *Cronbach's Alpha* dibawah 0,7 sehingga dapat dianggap variabel ini tidak memiliki

reliabilitas internal yang baik dan harus dipertimbangkan, akan tetapi dalam PLS sebaiknya nilai CA tidak diperhatikan dan sebaiknya menggunakan nilai *Composite Reliability* (Henseler, Ringle, dan Sinkovics, 2009) dimana semua variabel dalam model ini memiliki nilai diatas 0,8 sehingga dapat dianggap bahwa semua variabel dianggap memuaskan. Untuk nilai *Average Variances Extracted (AVE)* harus memiliki nilai diatas 0,5 untuk memenuhi validitas konvergen sedangkan variabel *Perceived Feasibility (X2)* yang memiliki nilai 0,432 sehingga menunjukkan adanya validitas yang tidak konvergen, akan tetapi nilai diatas 0,4 masih dianggap mencukupi apabila *Composite Reliability* melebihi nilai 0,6 (Fornell dan Larcker, 1981) dan *Composite Reliability* variabel *Perceived Feasibility (X2)* bernilai 0,828.

Hasil estimasi model ini menunjukkan validitas prediktif yang baik karena variabel Y1 bernilai 0,547 dan variabel Y2 bernilai 0,450 dimana kedua variabel bernilai diatas nol. Kelebihan dalam WarpPLS adalah adanya pengukuran nilai *full colinearity VIF*, bahkan dalam model ini kesemua variabel memiliki nilai dibawah 3,3 sehingga model ini bebas dari masalah kolinearitas vertikal, lateral, dan *common method bias* (Sholihin dan Ratmono, 2013).

Latent variable correlations

	X1	X2	Y1	Y2
X1	(0.725)	0.642	0.607	0.550
X2	0.642	(0.708)	0.526	0.600
Y1	0.607	0.526	(0.657)	0.541
Y2	0.550	0.600	0.541	(0.768)

Gambar 5.4.2.2.1.2 Variabel Korelasi

Pada gambar 5.4.2.2.1.2 menunjukkan bahwa nilai akar AVE pada kolom diagonal lebih tinggi daripada korelasi antarvariabel laten pada kolom selain diagonal (*off-diagonal*). Hal ini menunjukkan validitas diskriminasi telah terpenuhi.

5.4.2.2.2. Analisis *First Order*

Dalam model pengukuran dalam SEM-PLS laporan hasil pengujian validitas konvergen dari instrumen pengukuran (kuisisioner) atau lebih dikenal dengan outer model bisa menggunakan *output combined loadings* dan *cross loadings* (Sholihin dan Ratmono, 2013) Hasil pengukuran dengan menggunakan WarpPLS dapat dilihat pada gambar 5.4.2.3 dibawah ini.

Combined loadings and cross-loadings

	X1	X2	Y1	Y2	SE	P value
X1.1.1	0.817	0.128	-0.056	-0.121	0.077	<0.001
X1.1.2	0.842	-0.085	0.237	-0.250	0.094	<0.001
X1.1.3	0.628	0.060	0.250	-0.205	0.101	<0.001
X1.2.1	0.587	-0.055	-0.290	0.199	0.106	<0.001
X1.2.2	0.732	0.010	0.166	0.180	0.082	<0.001
X1.2.3	0.594	-0.076	-0.441	0.318	0.079	<0.001
X2.1	-0.098	0.754	-0.161	-0.023	0.078	<0.001
X2.2	-0.054	0.819	-0.309	0.005	0.077	<0.001
X2.3	-0.160	0.839	-0.099	-0.111	0.067	<0.001
X2.4	0.303	0.259	0.708	0.006	0.183	0.079
X2.5	-0.187	0.548	0.597	0.121	0.132	<0.001
X2.6	0.214	0.728	-0.057	-0.092	0.077	<0.001
X2.7	0.281	0.431	-0.031	0.245	0.127	<0.001
Y1.1	-0.262	0.230	0.638	0.130	0.101	<0.001
Y1.2	0.026	-0.106	0.785	-0.100	0.106	<0.001
Y1.3	0.117	0.270	0.712	-0.011	0.068	<0.001
Y1.4	0.158	-0.249	0.712	0.132	0.081	<0.001
Y1.5	-0.064	-0.102	0.769	-0.117	0.107	<0.001
Y2.1	0.047	0.131	-0.206	0.859	0.064	<0.001
Y2.2	-0.042	0.083	-0.129	0.850	0.051	<0.001
Y2.3	-0.009	-0.329	0.514	0.557	0.136	<0.001

Gambar 5.4.2.2.2.1 hasil pengukuran combined loadings dan cross-loadings

Berdasarkan Hair dkk (dalam Sholihin dan Ratmono, 2013) untuk menilai apakah sebuah outer model memenuhi syarat validitas konvergen untuk konstruk reflektif yaitu (1) nilai loading harus diatas 0,7 dan (2) nilai p signifikan atau bernilai <0,05. Dengan syarat tersebut hasil pengukuran model dalam gambar 5.4.2.3 dapat dijabarkan sebagai berikut: Untuk variabel *Perceived Desirability* (X1) nilai loading indikator X1.1.1 bernilai 0,817, X1.1.2 bernilai 0,842, X1.1.3 bernilai 0,628, X1.2.1

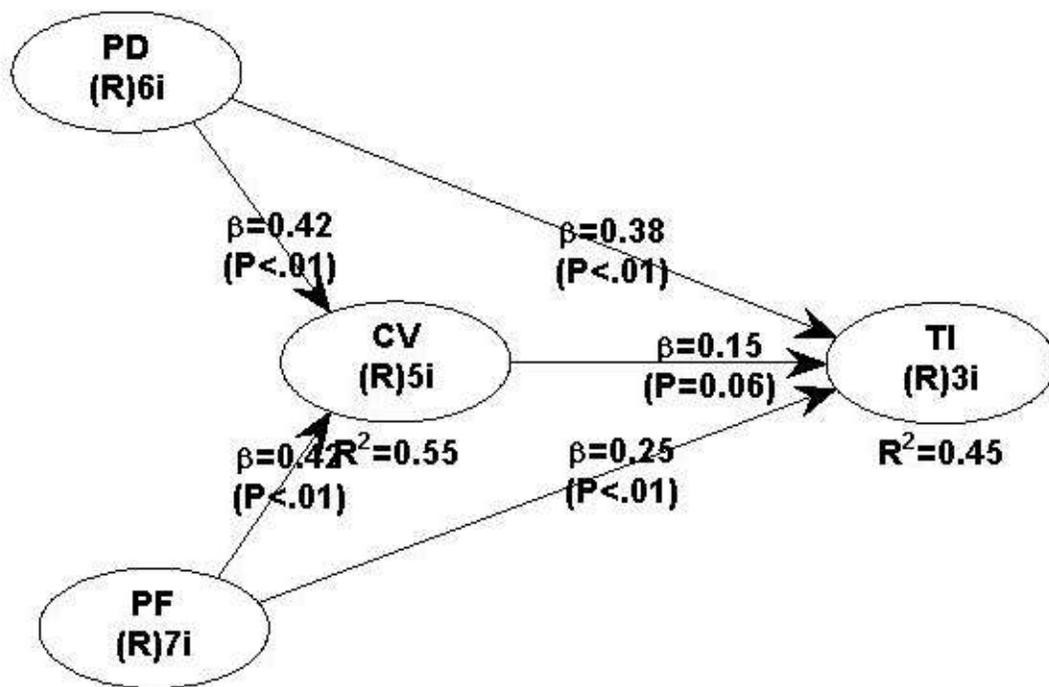
bernilai 0,587, X1.2.2 bernilai 0,732, dan X1.2.3 bernilai 0,594 dan semua indikator memiliki nilai $p < 0,05$ sehingga indikator X1.1.1, X1.1.2, dan X1.2.2 sudah memenuhi syarat validitas konvergen. Sedangkan untuk indikator X1.1.3, X1.2.1, dan X1.2.3 perlu dilakukan analisis lebih lanjut apakah memiliki pengaruh dalam meningkatkan nilai CR dan AVE diatas batasannya (*threshold*) karena memiliki nilai loading antara 0,4 dan 0,7 (Sholihin dan Ratmono, 2013). Dan dikarenakan nilai CR dan AVE variabel *Perceived Desirability* (X1) sudah melebihi batasannya (0,7 untuk CR dan 0,5 untuk AVE) kemudian nilai masing-masing indikator lebih besar dari nilai variabel endogen yang diukur yaitu *Creativity* (Y1) dan *Technopreneurship Intentions* (Y2) maka ketiga indikator tidak perlu dihapus.

Untuk variabel *Perceived Feasibility* (X2) nilai loading indikator X2.1 bernilai 0,754, X2.2 bernilai 0,819, X2.3 bernilai 0,839, X2.4 bernilai 0,259, X2.5 bernilai 0,548, X2.6 bernilai 0,728, dan X2.7 bernilai 0,431 dan semua indikator memiliki nilai $P < 0,05$ kecuali indikator X2.4 memiliki nilai P sebesar 0,079, sehingga indikator X2.1, X2.2, X2.3, dan X2.6 sudah memenuhi syarat validitas konvergen. Sedangkan untuk indikator X2.5 dan X2.7 perlu dilakukan analisis lebih lanjut apakah memiliki pengaruh dalam meningkatkan nilai CR dan AVE diatas batasannya (*threshold*) karena memiliki nilai loading antara 0,4 dan 0,7. Untuk indikator X2.4 dapat dipertimbangkan untuk dihapus karena memiliki nilai loading 0,259 yang berada dibawah 0,4 dan nilai P 0,079 yang berada diatas 0,05. Dan dikarenakan nilai CR sudah melebihi batasannya (0,7 untuk CR) sedangkan nilai AVE variabel *Perceived Feasibility* (X2) bernilai dibawah 0,5 meskipun ketiga indikator dihapus tidak berpengaruh dalam meningkatkan nilai AVE kemudian nilai masing-masing indikator lebih besar dari nilai variabel endogen

yang diukur yaitu *Creativity* (Y1) dan *Technopreneurship Intentions* (Y2) sehingga tidak perlu dihapus.

Untuk variabel *Creativity* (Y1) nilai loading indikator Y1.1 bernilai 0,638, Y1.2 bernilai 0,785, Y1.3 bernilai 0,712, Y1.4 bernilai 0,712, dan Y1.5 bernilai 0,769 dan semua indikator memiliki nilai $p < 0,05$ sehingga indikator Y1.2, Y1.3, Y1.4 dan Y1.5 sudah memenuhi syarat validitas konvergen. Sedangkan untuk indikator Y1.1 perlu dilakukan analisis lebih lanjut apakah memiliki pengaruh dalam meningkatkan nilai CR dan AVE diatas *threshold* karena memiliki nilai loading antara 0,4 dan 0,7. Dan dikarenakan nilai CR dan AVE variabel *Creativity* (Y1) sudah melebihi batasannya (0,7 untuk CR dan 0,5 untuk AVE) kemudian nilai masing-masing indikator lebih besar dari nilai variabel endogen yang diukur yaitu *Technopreneurship Intentions* (Y2) maka indikator Y1.1 tidak perlu dihapus.

Untuk variabel *Technopreneurship Intentions* (Y2) nilai loading indikator Y2.1 bernilai 0,859, Y2.2 bernilai 0,850, dan Y2.3 bernilai 0,557 dan semua indikator memiliki nilai $p < 0,05$ sehingga indikator Y2.2 dan Y2.2 sudah memenuhi syarat validitas konvergen. Sedangkan untuk indikator Y2.3 perlu dilakukan analisis lebih lanjut apakah memiliki pengaruh dalam meningkatkan nilai CR dan AVE diatas *threshold* karena memiliki nilai loading antara 0,4 dan 0,7. Dan dikarenakan nilai CR dan AVE variabel *Technopreneurship Intentions* (Y2) sudah melebihi batasannya (0,7 untuk CR dan 0,5 untuk AVE) maka indikator Y2.3 tidak perlu dihapus.



Gambar 5.4.2.2.2 Model First Order

Model pengukuran *First Order* yang ditunjukkan dalam gambar 5.4.2.2.2 merupakan hasil pengukuran nilai koefisien jalur (β) dan nilai P dimana PD mewakili *Perceived Desirability* (X1), PF mewakili *Perceived Feasibility* (X2), CV mewakili *Creativity* (Y1), dan TI mewakili *Technopreneurship Intentions* (Y2). Dengan menggunakan Model ini sebenarnya sudah cukup untuk dilakukan analisa dan pembahasan, akan tetapi untuk menunjukkan analisis agar mendapatkan hasil yang lebih mendalam.

5.4.2.2.3. Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk *Second Order*

Dalam Tabel 4.4 sebelumnya telah ditunjukkan bahwa variabel *Perceived Desirability* (X1) terdiri dari variabel *Attitude towards acting* (X1.1) dan variabel Norma sosial (X1.2). Kedua dimensi *Perceived Desirability* akan diukur secara reflektif.

	X1.1	X1.2
R-squared		
Composite Reliability	0.881	0.815
Cronbach's Alfa	0.796	0.657
Avg. Var. Extrac.	0.713	0.596
Full Collin VIF	1.346	1.346
Q-squared		

Gambar 5.4.2.2.3.1 Koefisien Variabel

Hasil pengukuran dalam Gambar 5.4.2.2.3.1 menunjukkan bahwa variabel *Attitude towards acting* (X1.1) dan Norma sosial (X1.2) sudah memenuhi syarat dengan memiliki nilai *Composite reliability* lebih besar dari 0,7 meskipun CA dari variabel Norma sosial (X1.2) berada dibawah 0,7. Kemudian nilai AVE memiliki nilai diatas 0,5 yang berarti telah memenuhi syarat validitas konvergen. Selanjutnya dalam gambar 5.4.2.2.3.2 menunjukkan bahwa akar AVE pada kolom diagonal lebih besar daripada korelasi antarkonstruk pada kolom yang sama.

	X1.1	X1.2
X1.1	(0.844)	0.507
X1.2	0.507	(0.772)

Gambar 5.4.2.2.3.2 Korelasi variabel

5.4.2.2.4. Analisis Second Order

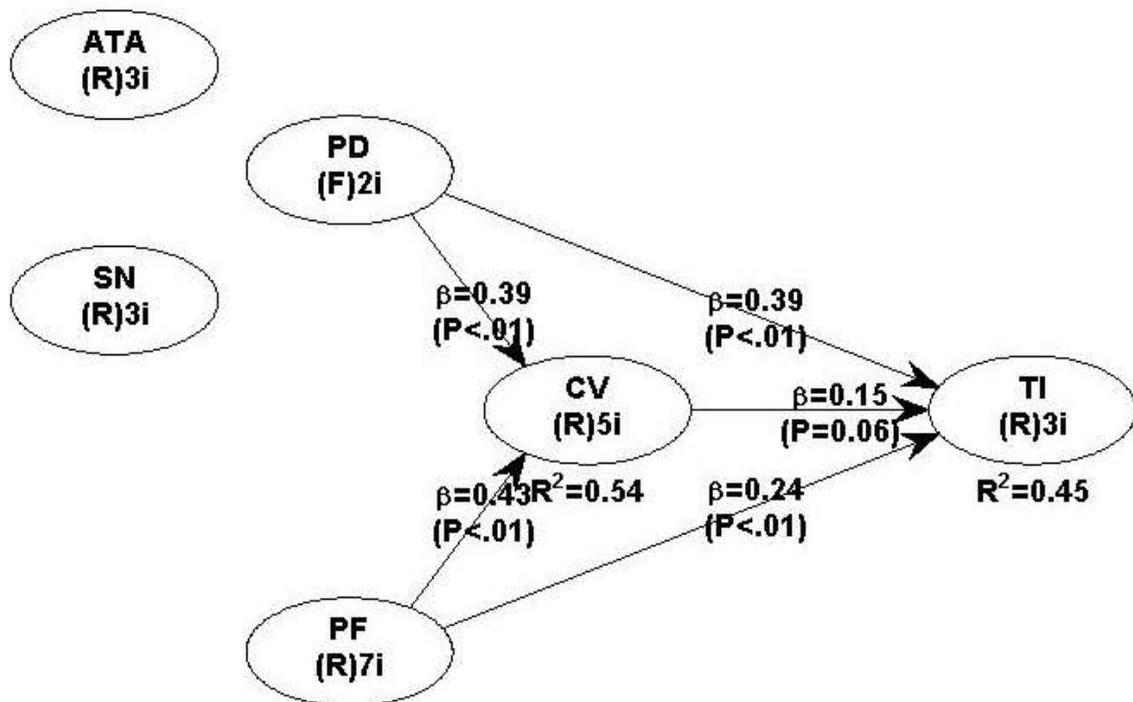
combined loadings and cross-loadings				
	X1.1	X1.2	SE	p value
X1.1.1	(0.879)	0.090	0.068	<0.001
X1.1.2	(0.882)	0.103	0.089	<0.001
X1.1.3	(0.767)	-0.221	0.079	<0.001
X1.2.1	-0.155	(0.793)	0.086	<0.001
X1.2.2	0.399	(0.687)	0.105	<0.001
X1.2.3	-0.183	(0.828)	0.067	<0.001

Gambar 5.4.2.2.4.1 pengukuran combined loadings and cross-loadings

Hasil pengukuran model dalam gambar 5.4.2.2.4.1 dapat dijabarkan sebagai berikut: Untuk variabel *Attitude towards acting* (X1.1) nilai loading indikator X1.1.1 bernilai 0,879, X1.1.2 bernilai 0,882, X1.1.3 bernilai 0,767, dan semua indikator memiliki nilai $p < 0,05$ sehingga indikator X1.1.1, X1.1.2, dan X1.1.3 sudah memenuhi syarat validitas konvergen. Untuk variabel Norma sosial (X1.2) nilai loading indikator X1.2.1 bernilai 0,793, X1.2.2 bernilai 0,687, X1.2.3 bernilai 0,828, dan semua indikator memiliki nilai $p < 0,05$ sehingga indikator X1.2.1, X1.2.2 dan X1.2.3 (nilai dibulatkan keatas sehingga memenuhi 0,7) sudah memenuhi syarat validitas konvergen.

5.4.2.3. Uji Hipotesis

Berdasarkan Hasil pengukuran Model menggunakan WarpPLS, keseluruhan analisis hipotesis dapat digunakan sebagai ukuran model penelitian. Model dibawah ini menggambarkan keterkaitan dengan hasil uji hipotesis.

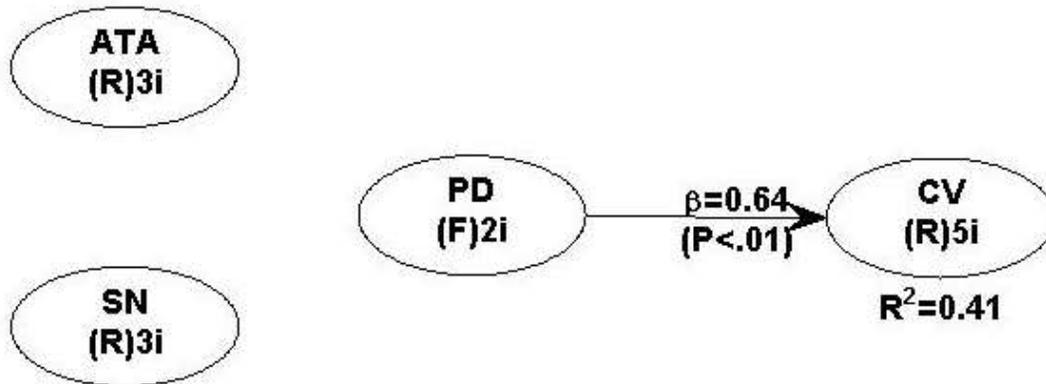


Gambar 5.4.2.3.1 Model Second Order

Pada gambar 5.4.2.3.1 yang menunjukkan keseluruhan model pengukuran uji hipotesis, dimana PD mewakili *Perceived Desirability* (X1), ATA mewakili *Attitude towards acting* (X1.1), SN mewakili Norma sosial (X1.2), PF mewakili *Perceived Feasibility* (X2), CV mewakili *Creativity* (Y1), dan TI mewakili *Technopreneurship Intentions* (Y2). Selanjutnya akan dijabarkan mengenai bagaimana pengaruh langsung masing-masing variabel dibandingkan dengan hasil pengukuran keseluruhan model.

1. Uji Hipotesis 1

H1: *Perceived Desirability* berpengaruh signifikan terhadap *Creativity*.

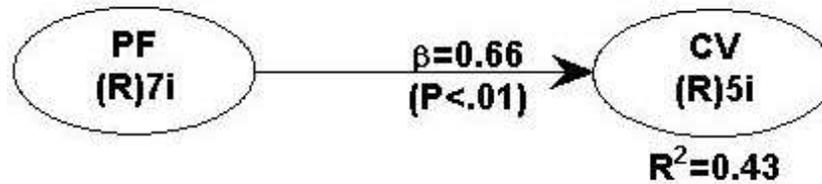


Gambar 5.4.2.3.2 Output antara PD (X1) dan CV (Y1)

Pada gambar 5.4.2.4.2 menunjukkan adanya pengaruh positif signifikan antara *Perceived Desirability* (X1) dan *Creativity* (Y1). Pengaruh langsung *Perceived Desirability* terhadap *Creativity* diperoleh nilai koefisien jalur (β) sebesar 0,64 yang bersifat positif, dan nilai $P < 0,01$ yang berpengaruh signifikan. Namun pada gambar 5.4.2.3.1 ketika *Perceived Feasibility* (X1) dan *Technopreneurship Intentions* (Y2) dimasukkan kedalam model, hubungan antara *Perceived Desirability* (X1) dan *Creativity* (Y1) meskipun masih berpengaruh positif signifikan (dengan nilai koefisien (β) = 0,39 dan $P < 0,01$) tetapi koefisiennya menurun dari 0,64 menjadi 0,39.

2. Uji Hipotesis 2

H2: *Perceived Feasibility* berpengaruh signifikan terhadap *Creativity*.

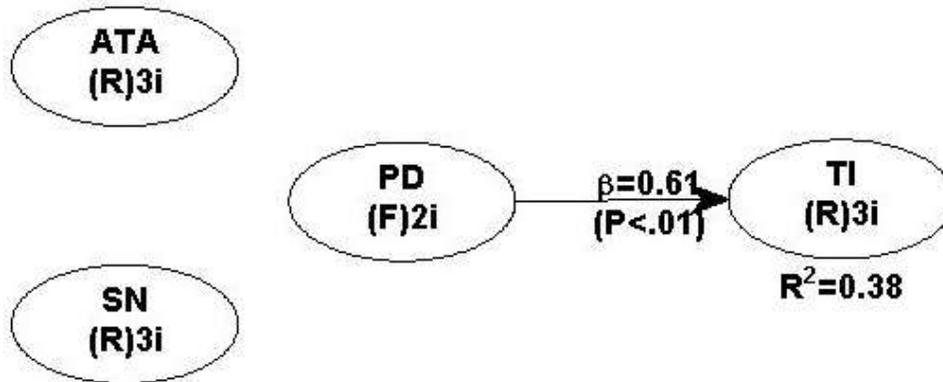


Gambar 5.4.2.3.3 Output antara PF (X2) dan CV (Y1)

Pada gambar 5.4.2.3.3 menunjukkan adanya pengaruh positif signifikan antara *Perceived Feasibility* (X2) dan *Creativity* (Y1). Pengaruh langsung *Perceived Feasibility* terhadap *Creativity* diperoleh nilai koefisien jalur (β) sebesar 0,66 yang bersifat positif, dan nilai $P < 0,01$ yang berpengaruh signifikan. Namun pada gambar 5.4.2.3.1 ketika *Perceived Desirability* (X1) dan *Technopreneurship Intentions* (Y2) dimasukkan kedalam model, hubungan antara *Perceived Feasibility* (X2) dan *Creativity* (Y1) meskipun masih berpengaruh positif signifikan (dengan nilai koefisien (β) = 0,43 dan $P < 0,01$) tetapi koefisiennya menurun dari 0,66 menjadi 0,43.

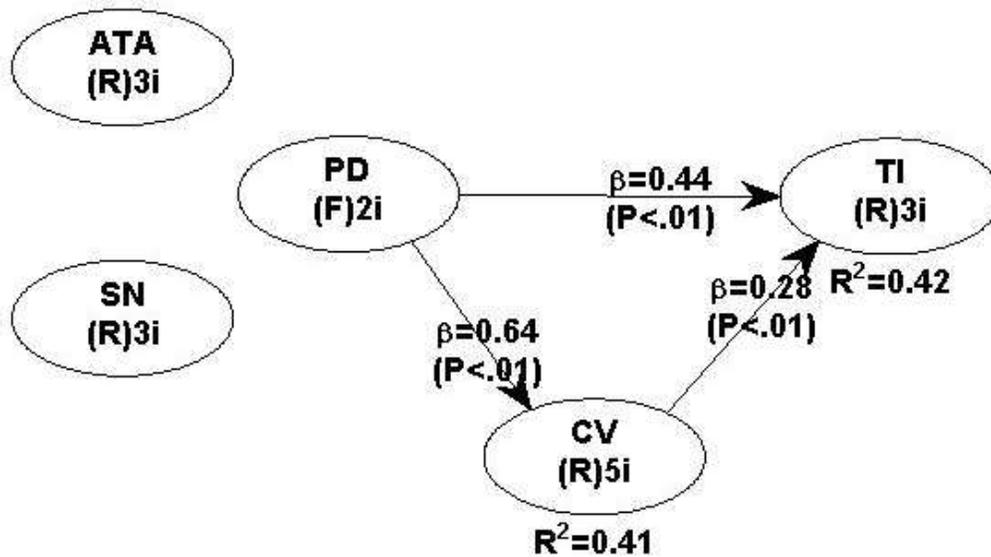
3. Uji Hipotesis 3

H3: *Perceived Desirability* berpengaruh signifikan terhadap *Technopreneurship Intention*.



Gambar 5.4.2.3.4 Output antara PD (X1) dan TI (Y2)

Pada gambar 5.4.2.3.4 menunjukkan adanya pengaruh positif signifikan antara *Perceived Desirability* (X1) dan *Technopreneurship Intentions* (Y2). Pengaruh langsung *Perceived Desirability* terhadap *Technopreneurship Intentions* diperoleh nilai koefisien jalur (β) sebesar 0,61 yang bersifat positif, dan nilai $P < 0,01$ yang berpengaruh signifikan.



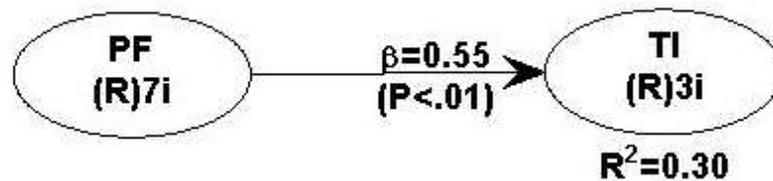
Gambar 5.4.2.3.5 Output PD (X1) dan TI (X2) yang dimediasi CV (Y1)

Hasil pengukuran pada gambar 5.4.2.3.5 menunjukkan bahwa *Perceived Desirability* berpengaruh positif signifikan terhadap *Creativity* (dengan nilai koefisien (β) = 0,64 dan $P < 0,01$) dan *Creativity* juga berpengaruh positif signifikan terhadap *Technopreneurship Intentions* (dengan nilai koefisien (β) = 0,28 dan $P < 0,01$). Namun, pengaruh langsung *Perceived Desirability* terhadap *Technopreneurship Intentions* tetap signifikan (dengan nilai koefisien (β) = 0,44 dan $P < 0,01$) tetapi nilai koefisiennya turun dari 0,61 menjadi 0,44. Hal ini berarti bahwa *Creativity* hanya memediasi parsial hubungan antara *Perceived Desirability* dan *Technopreneurship Intentions*. Sehingga meskipun terdapat pengaruh tidak langsung dari *Perceived Desirability* dan *Technopreneurship Intentions* melalui *Creativity*, namun masih terdapat pengaruh langsung *Perceived Desirability* terhadap *Technopreneurship Intentions*.

Kemudian pada gambar 5.4.2.3.1 ketika *Perceived Feasibility* (X2) dimasukkan kedalam model, menunjukkan bahwa *Perceived Desirability* masih berpengaruh positif terhadap *Creativity* (dengan nilai koefisien (β) = 0,39 dan $P < 0,01$) meskipun nilai koefisiennya turun dari 0,64 menjadi 0,39, namun *Creativity* menjadi tidak berpengaruh signifikan terhadap *Technopreneurship Intentions* (dengan nilai koefisien (β) = 0,15 dan $P = 0,06$) karena nilai $P > 0,05$, dari $P < 0,01$ menjadi P bernilai 0,006. Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa *Creativity* memediasi penuh pengaruh *Perceived Desirability* terhadap *Technopreneurship Intentions*. Hal ini sesuai argumen dari Baron dan Kenny (1986) bahwa mediasi penuh terjadi ketika pengaruh langsung yang signifikan menjadi tidak signifikan setelah mengendalikan pengaruh dari variabel pemediasinya (Sholihin dan Ratmono, 2013).

4. Uji Hipotesis 4

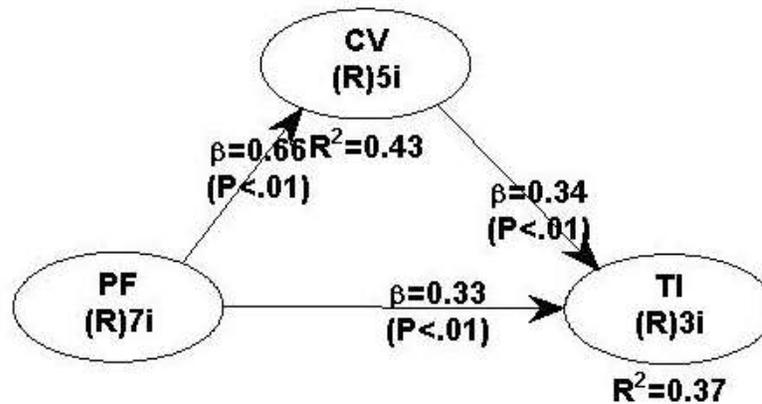
H4: *Perceived Feasibility* berpengaruh signifikan terhadap *Technopreneurship Intention*.



Gambar 5.4.2.3.6 Output antara PF (X2) dan TI (Y2)

Pada gambar 5.4.2.3.6 menunjukkan adanya pengaruh positif signifikan antara *Perceived Feasibility* (X1) dan *Technopreneurship Intentions* (Y2). Pengaruh langsung *Perceived Feasibility* terhadap *Technopreneurship Intentions* diperoleh nilai

koefisien jalur (β) sebesar 0,55 yang bersifat positif, dan nilai $P < 0,01$ yang berpengaruh signifikan.



Gambar 5.4.2.3.7 Output antara PF (X2) dan TI (Y2) yang dimediasi CV (Y1)

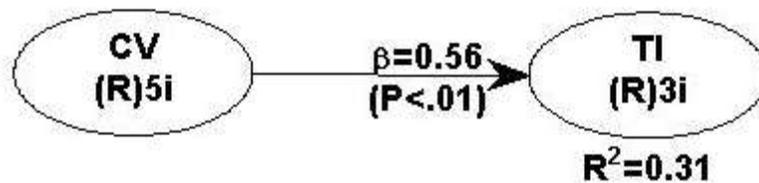
Hasil pengukuran pada gambar 5.4.2.3.7 menunjukkan bahwa *Perceived Feasibility* berpengaruh positif signifikan terhadap *Creativity* (dengan nilai koefisien (β) = 0,66 dan $P < 0,01$) dan *Creativity* juga berpengaruh positif signifikan terhadap *Technopreneurship Intentions* (dengan nilai koefisien (β) = 0,27 dan $P < 0,01$). Namun, pengaruh langsung *Perceived Feasibility* terhadap *Technopreneurship Intentions* tetap signifikan (dengan nilai koefisien (β) = 0,33 dan $P < 0,01$) tetapi nilai koefisiennya turun dari 0,61 menjadi 0,33. Hal ini berarti bahwa *Creativity* hanya memediasi parsial hubungan antara *Perceived Feasibility* dan *Technopreneurship Intentions*. Sehingga meskipun terdapat pengaruh tidak langsung dari *Perceived Feasibility* dan *Technopreneurship Intentions* melalui *Creativity*, namun masih terdapat pengaruh langsung dari *Perceived Feasibility* terhadap *Technopreneurship Intentions*.

Kemudian pada gambar 5.4.2.3.1 ketika *Perceived Desirability* (X1) dimasukkan kedalam model, menunjukkan bahwa *Perceived Feasibility* masih

berpengaruh positif terhadap *Creativity* (dengan nilai koefisien (β) = 0,43 dan $P < 0,01$) meskipun nilai koefisiennya turun dari 0,66 menjadi 0,43, namun *Creativity* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Technopreneurship Intentions* (dengan nilai koefisien (β) = 0,15 dan $P = 0,06$), karena nilai $P > 0,05$, dari $P < 0,01$ menjadi P bernilai 0,006. Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa *Creativity* memediasi penuh pengaruh *Perceived Feasibility* terhadap *Technopreneurship Intentions*.

5. Uji Hipotesis 5

H5: *Creativity* berpengaruh signifikan terhadap *Technopreneurship Intention*.



Gambar 5.4.2.3.8 Output antara CV (Y2) dan TI (Y2)

Pada gambar 5.4.2.3.8 menunjukkan adanya pengaruh positif signifikan antara *Creativity* (Y1) dan *Technopreneurship Intentions* (Y2). Pengaruh langsung *Creativity* terhadap *Technopreneurship Intentions* diperoleh nilai koefisien jalur (β) sebesar 0,56 yang bersifat positif, dan nilai $P < 0,01$ yang berpengaruh signifikan. Namun pada gambar 5.4.2.3.1 ketika *Perceived Desirability* (X1) dan *Perceived Feasibility* (X2) dimasukkan kedalam model, hubungan antara *Creativity* (Y1) dan *Technopreneurship Intentions* (Y2) menjadi tidak berpengaruh signifikan (dengan nilai koefisien (β) = 0,15 dan $P = 0,06$).

5.4.2.4. Goodness of Fit

Untuk mengevaluasi apakah sebuah model fit (sesuai atau didukung) dilakukan dengan menganalisis gambar 5.4.2.4.1 berikut:

Model fit indices and P values
APC=0.321, P<0.001
ARS=0.496, P<0.001
AVIF=1.739, Good if < 5

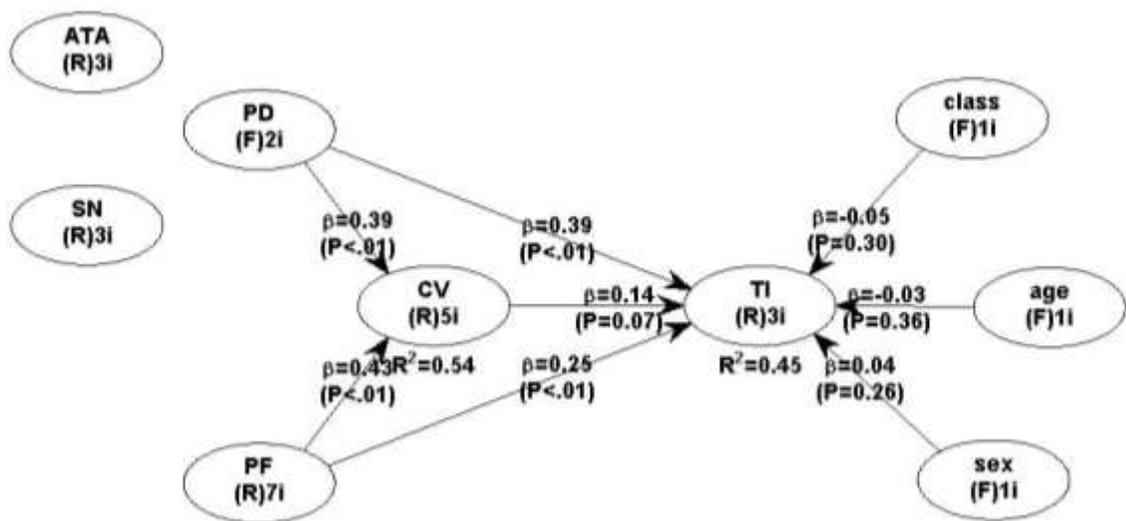
Gambar 5.4.2.4.1 Evaluasi Model

Model *fit indices* dan *p values* dalam gambar 5.4.2.4.1 menampilkan hasil tiga indikator fit yaitu (1) *average path coefficient* (APC), (2) *average R-squared* (ARS) yang mengukur nilai p dengan estimasi resampling dan Bonferroni like corrections sebagai rata-rata parameter dan harus bernilai lebih kecil dari 0,05 atau berarti signifikan, dan (3) *Average variance inflation factor* (AVIF) sebagai indikator multikolinearitas, penting untuk diperhatikan karena WarpPLS fokus dalam interaksi antarvariabel (*moderated regression analysis*) yang kemungkinan multikolinearitas dapat terjadi dan harus bernilai lebih kecil dari 5 (Sholihin dan Ratmono, 2013). Dalam model ini dihasilkan nilai APC sebesar 0,321 dan ARS sebesar 0,496 yang menunjukkan bahwa model penelitian yang digunakan signifikan. Kemudian nilai AVIF sebesar 1,739 telah memenuhi kriteria sehingga hasil pengukuran menunjukkan bahwa kriteria *goodness of fit* model telah terpenuhi.

5.4.2.5. Analisis Variabel Kontrol

Selain variabel yang sudah dihipotesiskan, masih bisa terjadi kemungkinan variabel lain yang dapat mempengaruhi variabel laten endogen (Sholihin dan

Ratmono, 2013). Dalam penelitian ini didapatkan variabel tambahan dari responden seperti usia, angkatan mahasiswa, dan jenis kelamin. Variabel ini dapat dikontrol atau dikendalikan dan dilakukan pengukuran sehingga dapat lebih memurnikan hasil penelitian. Dalam gambar 5.4.2.5.1 berikut berisi model pengukuran dengan variabel kontrol:



Gambar 5.4.2.5.1 Model SEM PLS dengan variabel kontrol

Pada gambar 5.4.2.5.1 menunjukkan model pengukuran, kemudian ditambah 3 variabel kontrol terdiri dari variabel *class* mewakili angkatan mahasiswa, variabel *age* mewakili umur mahasiswa, dan variabel *sex* yang mewakili jenis kelamin mahasiswa. Variabel *class* dengan nilai koefisien jalur (β) sebesar -0,05 yang berpengaruh negatif, dan nilai P sebesar 0,30 yang tidak berpengaruh signifikan, Variabel *age* dengan nilai koefisien jalur (β) sebesar -0,03 yang berpengaruh negatif, dan nilai P sebesar 0,36 yang tidak berpengaruh signifikan, dan Variabel *sex* dengan

nilai koefisien jalur (β) sebesar 0,04 yang berpengaruh positif, dan nilai P sebesar 0,26 yang tidak berpengaruh signifikan.

5.5. Pembahasan Hasil Penelitian

5.5.1. Variabel *Perceived Desirability*

Pada variabel *Perceived Desirability* dapat diketahui bahwa indikator dengan skor total terbesar adalah minat pribadi untuk menjadi seorang technopreneur sedangkan yang terendah adalah indikator kemungkinan memperoleh penghasilan besar dan indikator rasa kebersamaan yang tinggi. Ini dapat diartikan bahwa untuk menjadi keinginan untuk menjadi seorang technopreneur mahasiswa FILKOM UB lebih mengutamakan keminatan dan keinginan pribadi mereka dan menganggap adanya kemungkinan penghasilan besar dan kebersamaan yang tinggi akan mengikuti setelah menjadi seorang *technopreneur*. Dalam indikator pertama yaitu minat pribadi, jawaban sebagian besar responden adalah setuju bahwa minat pribadi merupakan hal utama dan penting untuk menjadi seorang *technopreneur*, dimana urutan kedua responden sangat setuju sehingga dapat dikatakan bahwa sangatlah penting untuk menumbuhkan minat pribadi dari mahasiswa FILKOM UB apabila Universitas Brawijaya ingin meningkatkan jumlah mahasiswa dan atau lulusan untuk menjadi *technopreneurship*.

Untuk indikator kedua yaitu keuntungan pribadi, jawaban sebagian besar responden adalah setuju bahwa dengan menjadi seorang *technopreneur* akan menguntungkan bagi mereka sangatlah penting. Hal ini menunjukkan bahwa tidak dapat dipungkiri apabila dengan menjadi seorang *technopreneur* mahasiswa merasa diuntungkan dalam beberapa hal yang mendukung kehidupan sosial mereka. Dengan

memberikan informasi yang semakin luas dan mendalam kepada mahasiswa bahwa keuntungan yang didapatkan dengan menjadi seorang *technopreneur* juga perlu ditanamkan terus menerus baik dalam motivasi yang didapatkan baik dalam perkuliahan maupun kegiatan kampus sehari-hari.

Dalam indikator ketiga yaitu pengaruh pandangan negatif dari orang lain, jawaban sebagian besar responden adalah setuju bahwa pandangan negatif orang lain tidak berpengaruh besar dalam sikap atau keinginan untuk menjadi seorang *technopreneur*. Dari sini dapat dilihat bahwa pentingnya menanamkan sikap dan rasa kepercayaan diri yang tinggi dari mahasiswa sangatlah penting untuk selalu ditanamkan dan dipupuk terutama dari kegiatan perkuliahan yang telah dijalankan selama ini, tentunya dengan bantuan dari dosen dan dari mahasiswa itu sendiri. Kemudian indikator keempat yaitu pengaruh lingkungan, jawaban sebagian besar responden adalah setuju bahwa lingkungan tempat mereka berinteraksi dan bersosialisasi memegang peranan penting dalam keinginan mahasiswa untuk menjadi seorang *technopreneur*. Suasana kehidupan kampus yang sangat interaktif, hidup, kondusif dan penuh keberagaman dalam mendukung mahasiswa untuk berkarya dan menghasilkan sesuatu sangat penting untuk selalu diperhatikan oleh pihak pengelola kampus.

Untuk indikator kelima yaitu kemungkinan memperoleh penghasilan besar, sebagian besar responden adalah setuju bahwa dengan menjadi seorang *technopreneur* nantinya akan mendapatkan penghasilan yang besar dibandingkan dengan menjadi karyawan kantoran dengan penghasilan yang secukupnya saja. Dengan perkembangan dunia kerja saat ini dimana adanya tuntutan yang tinggi

dengan memberikan reward yang rendah tentu sangat mempengaruhi bagaimana lulusan universitas saat ini dalam menentukan lini pekerjaan yang akan mereka pilih. Dan indikator yang terakhir yaitu rasa kebersamaan yang tinggi, sebagian besar responden menjawab setuju bahwa adanya rasa kebersamaan yang tinggi yang mereka dapatkan dari lingkungan sekitar sangat mempengaruhi keinginan dan niatan untuk menjadi seorang technopreneur. Banyak mahasiswa FILKOM saat ini, terutama di bidang teknologi informasi yang memiliki tipikal introvert atau sangat tertutup sehingga adanya rasa kebersamaan yang tinggi antar mahasiswa memegang peranan penting untuk menjadi seorang technopreneur. Pentingnya peningkatan kemampuan softskill bagi mahasiswa akan sangat berpengaruh besar dalam cara mereka berpikir dan bertindak, dan sangat penting untuk selalu diarahkan dan diberikan ruang untuk mahasiswa sehingga dapat membantu kemampuan sosial mahasiswa dalam berinteraksi.

Kesimpulan dari keenam indikator yang disebutkan diatas adalah bahwa minat pribadi, keuntungan pribadi yang akan didapat, serta pengaruh pandangan negatif dari orang lain, kemudian pengaruh lingkungan sekitar, adanya kemungkinan mendapat penghasilan yang besar, dan rasa kebersamaan yang tinggi penting untuk selalu ditingkatkan dan didukung oleh pihak kampus terutama FILKOM UB sehingga dapat meningkatkan kreatifitas dan niatan mahasiswa untuk menjadi seorang *technopreneurship* yang tentunya juga dapat membantu lulusan menjadi penggerak masyarakat dan tidak selalu berpikir dan berharap untuk menjadi karyawan kantoran.

5.5.2. Variabel *Perceived Feasibility*

Pada variabel *Perceived Feasibility* dapat diketahui bahwa indikator dengan skor total terbesar adalah kebutuhan akan pelatihan, sedangkan yang terendah adalah indikator pengetahuan pribadi. Hal ini dapat diartikan bahwa bagi mahasiswa FILKOM adanya sebuah kegiatan pelatihan atau pendidikan tambahan mengenai sebuah usaha baru baik itu dalam bentuk *start-up* ataupun *entrepreneurship* sangatlah penting sehingga dapat membantu jalannya usaha lebih baik atau lancar dan tentunya akan meningkatkan pengetahuan pribadi dalam memahami sebuah *entrepreneurship* atau *technopreneurship*. Sebagai indikator pertama yaitu kemampuan mengatasi masalah, sebagian besar responden menjawab setuju bahwa kemampuan dalam mengatasi masalah diyakini sangat penting untuk menjadi seorang *technopreneurship*. Kemampuan mengatasi masalah merupakan faktor yang penting bukan hanya saja untuk menjadi seorang *technopreneur* akan tetapi dapat menjadi faktor penting dalam segala kegiatan yang dilakukan oleh mahasiswa, karena setidaknya masalah akan selalu ada dan muncul selama kita berinteraksi dengan orang lain baik itu kecil maupun besar dari yang mudah diatasi sampai dengan yang susah maupun sulit ditangani.

Dalam indikator kedua yaitu memiliki pengetahuan pribadi, sebagian besar responden menjawab ragu-ragu bahkan apabila ditambahkan dengan jawaban tidak setuju dari responden secara keseluruhan akan jauh melebihi jawaban setuju dan sangat setuju dari responden. Hal ini menunjukkan bahwa responden secara mayoritas merasa belum adanya pengetahuan yang cukup untuk menjadi seorang *technopreneur*. Dari kondisi lapangan secara nyata masih banyak mahasiswa yang

secara mendasar belum mendapatkan informasi yang lengkap dan komprehensif mengenai *technopreneurship* maupun *entrepreneurship* karena konten dalam mata kuliah kewirausahaan yang disampaikan dan diajarkan kepada mahasiswa FILKOM masih banyak yang lebih mengarah pada wirausaha di bidang non teknologi dan lebih banyak yang mengarah kepada pemasaran produk atau jasa.

Selanjutnya pada indikator ketiga yaitu penguasaan kecakapan khusus atau tertentu, sebagian besar responden menjawab ragu-ragu bahkan apabila ditambahkan dengan jawaban tidak setuju dari responden secara keseluruhan akan melebihi jawaban setuju dan sangat setuju dari responden. Hasil ini menunjukkan bahwa mahasiswa masih merasa ragu akan pentingnya penguasaan sebuah keahlian khusus atau tertentu untuk menjadi seorang *technopreneurship*. Dapat diartikan bahwa kemungkinan besar bagi mahasiswa bahwa hal terpenting untuk menjadi seorang *entrepreneur* atau *technopreneur* tidaklah dibutuhkan sebuah kecakapan khusus karena banyak produk teknologi informasi yang bisa dibidang booming saat ini adalah banyak sukses dari unsur ketidaksengajaan dari pengembang atau pembuatnya.

Kemudian indikator keempat yaitu kebutuhan akan pelatihan, sebagian besar responden menjawab sangat setuju sekali bahwa adanya pelatihan atau pendidikan tambahan dibutuhkan untuk menjadi seorang *technopreneurship*. Banyak responden yang akan merasa terbantu dengan adanya pelatihan tambahan dan pengetahuan tambahan ini bisa dalam bentuk pelatihan singkat maupun adanya pembinaan (*mentoring*) dan kegiatan inkubasi. Adanya proses bantuan terhadap mahasiswa akan sangat membantu mengembangkan munculnya bibit-bibit baru dalam pengembangan

technopreneurship, karena dilapangan sebenarnya banyak mahasiswa yang memiliki *passion* akan tetapi terbentur pada masalah pengetahuan dan pemahaman yang baik terhadap *technopreneurship* ini sendiri.

Untuk indikator kelima yaitu mudah membaaur, responden sebagian besar menjawab setuju bahwa kemampuan diri pribadi dalam membaaur atau berinteraksi dengan orang lain penting untuk menjadi seorang *technopreneur*. Kemampuan membaaur ini dirasakan kurang dimiliki oleh mahasiswa FILKOM karena sebagian besar mata kuliah yang mengarahkan pentingnya pekerjaan individual terutama yang berbasis programming yang lebih menekankan analisis serta logika berpikir mandiri dan memiliki beban yang cukup berat bagi mahasiswa. Fasilitas taman gazebo, ruang kegiatan lembaga kemahasiswaan, musholla, laboratorium, dan kantin terpadu yang disediakan oleh FILKOM UB telah dirasa cukup menjembatani mahasiswa dalam berinteraksi meskipun belum mencukupi untuk seluruh mahasiswa FILKOM UB.

Selanjutnya indikator keenam yaitu sudah memiliki idea dasar untuk dikembangkan, sebagian besar responden menjawab setuju bahwa setidaknya mereka telah memiliki ide dasar untuk menjadi sebuah usaha. Hal ini menunjukkan mahasiswa FILKOM secara mendasar banyak memiliki ide-ide yang dapat dikembangkan untuk menjadi usaha, yang biasanya didapatkan dari tugas-tugas dari perkuliahan maupun praktikum, dan juga hasil diskusi ketika berinteraksi dengan lingkungan sekitar. Dan yang terakhir adalah indikator keenam yaitu adanya dukungan dari lembaga terkait, dimana responden sebagian besar menjawab setuju bahwa dengan adanya lembaga terkait kewirausahaan menjadi sangat terbantu. Kegiatan seperti lomba start-up dan ESPRIEX yang diadakan setiap tahun oleh FIA

UB merupakan wadah bagi mahasiswa untuk mencoba menjadi technopreneurship, bahkan kegiatan satu juta start-up yang diadakan oleh KOMINFO juga memberikan dukungan pada mahasiswa yang berminat. Selain itu banyak perusahaan dan industri yang menawarkan program pendanaan usaha yang dapat dimanfaatkan oleh mahasiswa, yang juga sangat penting untuk didokumentasikan dan disosialisasikan kepada mahasiswa.

Kesimpulan dari ketujuh indikator diatas adalah bahwa kemampuan mengatasi masalah, pengetahuan pribadi, penguasaan kecapakan tertentu atau khusus, kebutuhan akan adanya pelatihan, kemudahan membaaur dengan orang lain, adanya ide dasar untuk dikembangkan, dan adanya dukungan dari lembaga terkait penting untuk dimiliki dan diberdayakan sebaik-baiknya oleh FILKOM UB untuk membantu mahasiswa terutama kemampuan softskill yang baik dan meningkatkan nilai jual lulusan dengan kompetensi yang tinggi.

5.5.3. Variabel *Creativity*

Pada variabel *Creativity* dapat diketahui bahwa indikator dengan skor total terbesar adalah keyakinan akan kreatifitas pribadi sedangkan yang terendah adalah indikator adanya penghargaan dari orang lain. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa merasa yakin dengan kreatifitas pribadi yang mereka miliki akan dapat mempengaruhi bagaimana usaha yang akan mereka buat kedepannya, sehingga tampak jelas bahwa keahlian maupun imajinasi untuk menghasilkan sesuatu yang baru sangat penting untuk selalu dipupuk dan nantinya dapat meningkatkan keinginan untuk membuat usaha baru atau menjadi seorang *technopreneur* dari kreatifitas yang mereka miliki. Bagaimana membangun dan membentuk tingkat kreatifitas ini juga merupakan

langkah penting masing-masing individu atau mahasiswa ketika akan membentuk usaha.

Dalam indikator pertama yaitu keberanian mengambil resiko, sebagian besar responden merasa setuju bahwa keberanian diri sendiri untuk mengambil resiko pribadi harus dimiliki untuk menjadi seorang *technopreneurship* karena pengambilan keputusan selalu berhubungan dengan resiko. Dengan adanya keberanian dalam mengambil resiko juga berhubungan dengan kemampuan untuk menerima hasil apapun yang didapatkan, bahkan dalam perkuliahan mahasiswa telah dituntut apabila ingin mendapatkan nilai yang memuaskan juga harus sebanding dengan pengorbanan beberapa hal misalnya waktu bermain dan belajar. Sehingga jika mengambil keputusan mengambil sebuah mata kuliah maka harus siap dengan resiko yang akan ditempuh kedepannya, baik itu tugas, ujian dan lain-lain.

Untuk indikator kedua yaitu keyakinan akan kreatifitas pribadi, responden sebagian besar merasa setuju bahwa adanya kreatifitas pribadi akan mempengaruhi usaha. Bahkan frekuensi setuju dan sangat setuju jika dikombinasikan bernilai sangat tinggi. Hal ini dapat diartikan bahwa mahasiswa menganggap kemampuan dalam menggunakan keahlian dan imajinasi untuk mengatasi permasalahan akan menentukan kelangsungan dari usaha yang akan atau sudah dibuat.

Kemudian indikator ketiga yaitu penghargaan dari orang lain, sebagian besar responden merasa setuju bahwa dengan menjadi seorang *technopreneur* maka hasil kreatifitas mereka dapat dihargai oleh orang lain. Hal ini menunjukkan bahwa terkadang hasil kreatifitas yang sudah dibuat oleh mahasiswa baik itu dalam bentuk tugas atau produk tidak muncul dipermukaan atau di khalayak umum, sehingga

supaya hasil pekerjaan mereka tersebut akan lebih dihargai apabila diimplementasikan kedalam sebuah usaha. Dengan harapan bahwa apa yang dikerjakan tidak menjadi hal yang sia-sia saja yang terkumpul di ruang dosen ataupun malah bisa dimanfaatkan oleh orang lain.

Selanjutnya indikator yang keempat yaitu pengambilan resiko ketika berkelompok, dimana sebagian besar responden menjawab setuju bahwa ketika berkelompok atau bekerja bersama-sama akan lebih mudah dalam mengambil resiko. Hal ini mengartikan bahwa banyak mahasiswa ketika berkelompok lebih merasa mudah dalam mengambil keputusan karena resiko dapat dibagi ke orang lain sehingga beban menjadi tidak terlalu berat. Jika disesuaikan dengan konteks dimana membuat sebuah usaha apabila dibuat secara bekerjasama diharapkan akan mengurangi beban resiko yang ada dan yang akan muncul nantinya, baik itu dari segi pendanaan, sumber daya manusia dan lain-lain.

Dan indikator kelima dan yang terakhir yaitu keterbukaan dengan masukan, sebagian besar responden menjawab setuju bahwa mereka merasa terbuka apabila mendapat masukan baik itu saran maupun kritik dari orang lain. Bahkan dengan kombinasi jawaban setuju dan sangat setuju bernilai sangat tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa hampir seluruh mahasiswa FILKOM UB terbuka dengan adanya saran baik itu masukan ataupun kritik dari orang lain, dan dalam konteks pendidikan mau mendengarkan pendapat orang lain untuk memperbaiki diri ataupun produk atau kegiatan yang dikerjakan.

Kesimpulan dari kelima indikator diatas adalah bahwa keberanian mengambil resiko, keyakinan akan kreatifitas pribadi, penghargaan dari orang lain, pengambilan

resiko ketika berkelompok, dan keterbukaan dengan masukan menjadi indikator dimana bagi mahasiswa FILKOM UB yang sangat disetujui untuk dikembangkan untuk meningkatkan keinginan mahasiswa untuk menjadi seorang *technopreneur*.

5.5.4. Variabel *Technopreneurship Intentions*

Pada variabel *Technopreneurship Intentions* dapat diketahui bahwa indikator dengan skor total terbesar adalah ketertarikan dengan waktu kerja yang fleksibel sedangkan yang terendah adalah indikator adanya rencana memulai usaha setelah lulus kuliah. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa FILKOM UB sangat tertarik dengan waktu kerja yang fleksibel dibandingkan pekerjaan dengan waktu tertentu. Dari kondisi di lapangan bahwa mahasiswa bidang teknologi informasi terbiasa dengan menyelesaikan pekerjaan *last minute meeting*, dimana ide atau penyelesaian sebuah tugas yang muncul di waktu yang terkadang tidak dapat dijelaskan dengan mudah. Kemudian banyak yang memiliki kebiasaan untuk bermain *games* dikala senggang dan terhubung dengan dunia maya hampir 20 jam sehari dalam setahun. Kemudahan pengaturan waktu merupakan sebuah kebebasan yang banyak didam-idamkan mahasiswa saat ini.

Untuk indikator pertama yaitu keyakinan sukses memulai usaha setelah lulus, sebagian besar responden menjawab setuju bahwa mereka yakin akan sukses memulai usaha baru. Hal ini kemungkinan besar masih terbawa dari keidealisan mahasiswa meyakini bahwa apa yang mereka kerjakan adalah hal yang berguna bagi masyarakat umum dan pasti akan berhasil. Mengenai secara *real* apakah hal ini sesuai dengan dunia industri masih menjadi pertanyaan yang cukup besar, karena level pengangguran di Indonesia masih cukup tinggi.

Sebagai indikator kedua yaitu adanya rencana memulai usaha setelah lulus, dimana sebagian besar responden menjawab setuju bahwa mereka telah memiliki rencana untuk memulai usaha setelah lulus. Hal ini juga masih menunjukkan bahwa masih banyak mahasiswa sudah memiliki rencana akan memulai usaha, dan yang perlu digaris bawahi adalah disini masih berupa rencana. Bagaimana mereka benar-benar akan mengimplementasikan merupakan hal yang berbeda. Dan indikator yang terakhir adalah ketertarikan karena waktu kerja yang fleksibel, dimana sebagian besar responden menjawab setuju. Hal ini menunjukkan bahwa saat ini lulusan universitas banyak yang memiliki harapan bahwa mereka akan mampu dan bisa mengatur waktu mereka dan masih bisa mendapatkan hasil yang diharapkan.

Kesimpulan dari ketiga indikator diatas adalah adanya niatan untuk menjadi seorang *technopreneur* bagi mahasiswa masih dirasa cukup tinggi, akan tetapi hal ini juga harus didukung oleh keyakinan dari mahasiswa yang bersangkutan, serta adanya rencana yang sudah mereka susun dengan baik dan disini merupakan peranan penting dari pihak FILKOM untuk memfasilitasi kebutuhan mahasiswa ini, dan bagaimana memberikan pengertian terhadap manajemen waktu yang baik agar mahasiswa tidak salah arah.

5.5.5. Pengaruh *Perceived Desirability* terhadap *Creativity*

Hipotesis 1 menyatakan bahwa *Perceived Desirability* berpengaruh signifikan terhadap *Creativity*. Hasil pengujian hipotesis antar variabel pada bab 5.4.2.3 menunjukkan bahwa *Perceived Desirability* berpengaruh signifikan positif terhadap *Creativity* yang tidak mendukung argumen Edward, dkk (2015) dimana persepsi akan diri sendiri atau individu kurang berpengaruh secara signifikan terhadap *creativity*,

akan tetapi mendukung argumen Jaiswal dan Dhar (2015) dimana iklim inovasi atau lingkungan bekerja memiliki hubungan positif terhadap *creativity* karyawan.

Pada penelitian ini, *perceived desirability* dapat ditunjukkan melalui ketertarikan mahasiswa untuk memulai usaha. Mahasiswa memandang pengembangan usaha merupakan hal yang cukup serius. Salah satu hal yang menyebabkan *Perceived Desirability* berpengaruh signifikan positif terhadap *Creativity* adalah adanya pandangan positif tentang pengembangan usaha. Pandangan positif ini terbentuk karena adanya dukungan keluarga maupun universitas dalam memulai usaha. Hal ini sejalan dengan penelitian Veciana, et al yang menyatakan bahwa mahasiswa adalah sumberdaya yang paling diharapkan untuk dapat menjadi wirausahawan (Veciana and Aponte, 2005). Menurut Pramono, universitas adalah tempat yang bagus untuk mengembangkan ide dan kreativitas sehingga diharapkan dapat menghasilkan lulusannya menjadi wirausahawan baru (Darmanto, 2013). Oleh karena itu, dukungan dalam usaha dari lingkungan dan dukungan dari orang yang dianggap penting dapat meningkatkan kreativitas mahasiswa dalam mencetuskan usaha.

5.5.6. Pengaruh *Perceived Feasibility* terhadap *Creativity*

Perceived feasibility yang dimaksud pada penelitian ini adalah derajat kepercayaan dimana seseorang memandang dirinya memiliki kemampuan untuk mengumpulkan sumberdaya guna membangun usaha baru (Segal et al., 1997). Sumberdaya yang dimaksud antara lain manusia, sosial, finansial. Hipotesis 2 menyatakan bahwa *Perceived Feasibility* berpengaruh signifikan terhadap *Creativity*. Hasil pengujian hipotesis antar variabel pada bab 5.4.2.3 menunjukkan bahwa

Perceived Feasibility berpengaruh signifikan positif terhadap *Creativity* yang mendukung argumen Mulyadi, Basuki dan Rahardjo (2016) dimana *self-efficacy* berpengaruh signifikan terhadap *creativity*, juga argumen Byrge dan Tang (2015) dimana pelatihan *creativity* dapat meningkatkan *self-efficacy* secara signifikan, dan argumen Jaiswal dan Dhar (2015) dimana *creative self-efficacy* rendah akan membuat *creative* karyawan juga akan rendah. *Self-efficacy* yang tinggi dapat dilihat dari mahasiswa yang merasa siap untuk memulai usaha dan memiliki keyakinan dalam mengembangkan usaha. Selain itu, *self-efficacy* yang positif dapat dilihat dari persepsi mahasiswa yang mampu memanfaatkan peluang usaha, serta memiliki keyakinan untuk sukses dalam menjalankan usaha.

5.5.7. Pengaruh *Perceived Desirability* terhadap *Technopreneurship Intentions*

Hipotesis 3 menyatakan bahwa *Perceived Desirability* berpengaruh signifikan terhadap *Technopreneurship Intentions*. Hasil pengujian hipotesis antar variabel pada bab 5.4.2.3 menunjukkan bahwa *Perceived Desirability* berpengaruh signifikan positif terhadap *Technopreneurship Intentions* yang tidak mendukung argumen Fitzsimmons dan Douglas (2010) dimana *Perceived Desirability* bernilai negatif terhadap *Technopreneurship Intentions*, hal ini dimungkinkan karena responden dalam penelitian Fitzsimmons dan Douglas (2010) sudah memiliki pandangan negatif yang berlebihan pada *Technopreneurship Intentions*, sehingga disarankan untuk dicoba pada jenis responden atau negara yang berbeda. Kemudian menurut argumen Lee dan Wong (2014) juga tidak mendukung penelitian ini dimana *perceived personal financial* tidak berpengaruh signifikan pada *intention to found a business*, hal ini

dimungkinkan responden yang digunakan berasal dari sektor pendidikan tinggi, pemerintahan, dan penelitian publik yang lebih fokus pada penelitian dan pengembangan yang sudah mapan, selain itu juga penelitian dilakukan adalah pada tahun 2007 dimana konsep Entrepreneurship dan Technopreneurship kemungkinan masih rancu dengan pengertian akan sebuah usaha atau perusahaan. Akan tetapi hasil penelitian ini mendukung argumen Usman, dkk (2015) dimana terdapat signifikansi yang tinggi antara *Perceived Desirability* dan *Technopreneurship Intentions*.

Pada penelitian ini *Technopreneurship Intentions* terlihat dari minat mahasiswa untuk lebih memilih karier sebagai wirausahawan dan memulai realisasi usahanya sejak menjadi mahasiswa. Selain itu, mahasiswa selalu mencari informasi bisnis dan usaha yang sedang diminati. Hal ini sejalan dengan penelitian Krueger yang menyatakan bahwa semakin tinggi *perceived desirability* seseorang, maka orang tersebut memandang penciptaan usaha baru sebagai sesuatu yang menarik dan diinginkan (Krueger Jr, Reilly, dan Carsrud, 2000). Pandangan ini tumbuh dari pengalaman personal mahasiswa tentang kewirausahaan (misalnya baik atau buruk), dan tingkat dukungan dari lingkungan (keluarga, teman, kerabat, sejawat, perguruan tinggi). Faktor *Technopreneurship Intentions*, baik melalui perkuliahan, seminar, praktek kewirausahaan merupakan faktor-faktor yang berperan meningkatkan kesan positif dan ketertarikan seorang untuk berwirausaha. Dukungan dari keluarga dan orang yang dianggap dekat juga berperan dalam meningkatkan ketertarikan dalam memulai usaha (Darmanto, 2013). Oleh karena itu, semakin tinggi *perceived desirability* seseorang, maka semakin tinggi pula tingkat *technopreneurship intentions*.

5.5.8. Pengaruh *Perceived Feasibility* terhadap *Technopreneurship Intentions*

Hipotesis 4 menyatakan bahwa *Perceived Feasibility* berpengaruh signifikan terhadap *Technopreneurship Intentions*. Hasil pengujian hipotesis antar variabel pada bab 5.4.2.3 menunjukkan bahwa *Perceived Feasibility* berpengaruh signifikan positif terhadap *Technopreneurship Intentions* yang tidak mendukung argumen Fitzsimmons dan Douglas (2010) dimana *Perceived Feasibility* bernilai negatif terhadap *Technopreneurship Intentions*, hal ini dimungkinkan karena responden dalam penelitian Fitzsimmons dan Douglas (2010) sudah memiliki pandangan negatif yang berlebihan pada *Technopreneurship Intentions*, sehingga disarankan untuk dicoba pada jenis responden atau negara yang berbeda. Kemudian argumen Usman, dkk (2015) juga tidak mendukung penelitian ini dimana kemampuan dan *skills* tentang *entrepreneur* tidak signifikan terhadap *entrepreneurship Intentions*, hal ini dimungkinkan karena penelitian Usman, dkk (2015) masih minim sekali pendidikan berbasis *entrepreneurship* di Pakistan terutama di Islamabad.

Akan tetapi hasil penelitian ini mendukung argumen Lee dan Wong (2014) dimana *management anchor* berpengaruh signifikan terhadap *intention to found a business*. Krueger (1993) membuktikan bahwa faktor *perceived desirability*, *perceived credibility*, dan kecenderungan untuk bertindak merepresentasikan lebih dari setengah keyakinan untuk berwirausaha, namun *Perceived Feasibility* lebih banyak berpengaruh (Veciana and Aponte, 2005). Kemampuan manajemen masih merupakan bagian dari indikator dalam *Perceived Feasibility*.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Darmanto (2013) yang memaparkan bahwa *Perceived Feasibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap

entrepreneurship intentions. Hal ini menunjukkan seorang mahasiswa memutuskan berwirausaha tergantung keyakinan dan kemampuannya dalam mengelola sumberdaya yang dimiliki. Semakin tinggi keyakinan dan kemampuan mahasiswa untuk berwirausaha maka akan semakin tinggi minatnya untuk mewujudkan usaha. Dukungan universitas dalam menyediakan dasar keilmuan, dana dan fasilitas dapat menambah keyakinan mahasiswa untuk berwirausaha. *Perceived feasibility* dinilai seperti *perceived behavior control* pada Theory of Planned Behavior, dan memiliki peran penting dalam mendorong peningkatan *entrepreneurship intentions* (Veciana and Aponte, 2005). Berdasarkan teori tersebut, ketersediaan kesempatan akan mempengaruhi pencapaian seseorang, dalam hal ini memilih untuk berwirausaha. Keyakinan seorang mahasiswa yang akan berwirausaha dapat dipengaruhi dari pengalamannya dulu, misalnya di keluarga atau lingkungannya ada yang berprofesi sebagai entrepreneur (Veciana and Aponte, 2005). Pengalaman yang baru pun akan meningkatkan atau mengurangi keyakinan mahasiswa untuk berwirausaha karena melihat tantangan, kesempatan, maupun kendala selama berwirausaha (Ajzen, 1991).

5.5.9. Pengaruh *Creativity* terhadap *Technopreneurship Intentions*

Hipotesis 5 menyatakan bahwa *Creativity* berpengaruh signifikan terhadap *Technopreneurship Intentions*. Hasil pengujian hipotesis antar variabel pada bab 5.4.2.3 menunjukkan bahwa *Creativity* berpengaruh signifikan positif terhadap *Technopreneurship Intentions* yang tidak mendukung argumen Antonio, dkk (2014) dimana tidak ada korelasi signifikan antara *Creativity* terhadap *entrepreneurship achievement* pada lulusan Universitas. Hal ini dimungkinkan karena responden tidak

mengutamakan *Creativity* untuk mencapai kesuksesan, bisa jadi masih ada faktor atau variabel yang bisa berpengaruh pada *Technopreneurship Intentions* maupun *entrepreneurship achievement*. Kemudian menurut argumen Lee dan Wong (2014) juga tidak mendukung penelitian ini dimana *Creativity anchor* tidak berpengaruh signifikan pada *intention to found a business in a new field*.

Akan tetapi hasil penelitian ini mendukung argumen Edward, dkk (2014) dimana terdapat korelasi yang sangat signifikan antara *Creativity* dan *entrepreneurship*. Dan penelitian ini juga mendukung argumen Gundry, dkk (2014) dimana *Perception of team support for innovation* dan *entrepreneurial firm innovation intensity* memiliki hubungan positif signifikan. Responden pada penelitian ini, mahasiswa Universitas Brawijaya dibekali dengan matakuliah Kewirausahaan. Melalui matakuliah tersebut, mahasiswa diwajibkan mencoba usaha dari level yang sederhana. Peran universitas dalam membiasakan dan membentuk karakter mahasiswa sejalan dengan William dan Askland (Onsman, 2016) yang menyatakan bahwa *creativity* secara umum telah dianggap menjadi landasan arsitektur, dan sebagian besar dari tujuan dari program universitas sebagai atribut lulusan yang diharapkan atau hasil pembelajaran yang diinginkan melalui proses membentuk kebiasaan. Seperti halnya penjelasan Bab II Sub Bab 2.1.3 tentang *creativity*, bahwa di belakang semua inovasi yang ada pasti akan ditemukan sebuah *creativity*, dan inovasi dapat muncul karena adanya sebuah kebiasaan sehingga *creativity* adalah sebuah kebiasaan.

Melalui proses pembiasaan, mahasiswa akan terasah kepekaannya dalam melihat peluang usaha yang menarik dan bahkan menjadi solusi bagi suatu

permasalahan. Hal ini sejalan dengan Amabile (Moussa, 2014) yang mendefinisikan *creativity* sebagai hasil karya apapun dari sebuah ide yang baru, dalam bentuk sebuah produk, layanan, proses dan prosedur yang dapat mengarah kepada perubahan yang menarik dalam sebuah organisasi. Berdasarkan teori tersebut, *creativity* lekat dengan inovasi dan keterkaitannya dengan disiplin lintas ilmu. *Technopreneurship* merupakan disiplin lintas ilmu yang membahas tiga keminatan yaitu teknologi, *entrepreneurship*, dan inovasi, bukan hanya antara teknologi dan inovasi (Scarlat, 2014), sehingga *technopreneurship* menjadi bidang yang sesuai untuk mewadahi *creativity* mahasiswa. Oleh karena itu, semakin tinggi *creativity*, maka semakin tinggi pula *Technopreneurship Intentions* yang dimiliki mahasiswa.

5.6. Keterbatasan Penelitian

Terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian ini yang dapat mempengaruhi hasil temuan, antara lain:

1. Jumlah sampel yang didapatkan untuk penelitian ini masih dirasa kurang oleh penulis, kemungkinan besar mahasiswa FILKOM tidak berminat untuk mengisi kuisisioner meskipun sudah disebar secara online. Sampel yang diisi (kembali) sejumlah 187 respon. Sampel yang diperoleh bisa jadi masih belum mewakili keseluruhan mahasiswa FILKOM dan hubungannya dengan topik *Technopreneurship Intentions*. Selain itu responrate yang rendah karena jumlah responden tidak bisa dikendalikan karena dilakukan secara online.
2. Waktu yang digunakan untuk melakukan penelitian sangat singkat untuk meneliti lebih jauh dan mengumpulkan data. Kemungkinan untuk bertatap muka secara langsung dengan responden juga tidak ada sehingga apabila terdapat

ketidakjelasan dengan pertanyaan yang ada di dalam kuisioner maka peneliti tidak memberikan penjelasan lebih jauh.

3. Penelitian ini hanya meneliti dari sisi yaitu mahasiswa, yang selanjutnya bisa dikembangkan lebih lanjut dengan tambahan pembahasan konten mata kuliah kewirausahaan yang disampaikan pada mahasiswa FILKOM UB.
4. Penelitian ini tidak meneliti pengaruh secara langsung variabel *technopreneurship intention* terhadap mahasiswa yang sudah lulus.