

Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha pada Generasi Z

Analysis of Factors that Influence Interest in Entrepreneurship in Generation Z

Ani Muttaqiyathun¹, Ema Nurmaya²

¹ Universitas Ahmad Dahlan, Yogyakarta

² Universitas Ahmad Dahlan, Yogyakarta

Corresponding author : animtq@gmail.com

Abstrak

Generasi Z adalah generasi yang dilahirkan setelah generasi millennial atau sering disebut juga sebagai generasi Y. Banyak peneliti masih memperdebatkan mengenai persisnya tahun kelahiran mereka, namun sebagian besar memperkirakan generasi ini lahir dalam kurun waktu 20-25 tahun terakhir. Generasi Z ini sekarang sudah menginjak dewasa, bahkan sudah mulai banyak yang mewarnai dunia kerja terutama dalam bidang bisnis. Para pakar meyakini mereka akan menjadi pemutar roda perekonomian dunia dalam waktu dekat ini. Ketertarikan untuk menekuni dunia bisnis yang tinggi pada generasi Z inilah yang mendorong dilakukannya penelitian ini. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha bagi generasi Z. Obyek penelitian difokuskan pada mahasiswa yang tercatat aktif di perguruan tinggi di Yogyakarta dan telah menempuh mata kuliah kewirausahaan. Sampel ditentukan sebanyak minimal 15% dari populasi yang ada. Pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner melalui googleform. Selanjutnya analisis data dilakukan dengan menggunakan teknik analisis regresi berganda. Temuan dari penelitian ini bahwa faktor kepribadian, Spiritual Quotient, efikasi diri dan kebutuhan akan prestasi berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha pada generasi Z. Sedangkan faktor Adversity Quotient dan Emotional Quotient dinyatakan tidak berpengaruh pada minat wirausaha generasi Z.

Kata Kunci: minat berwirausaha, generasi Z

Abstract

Generation Z is the generation born after the millennial generation or often referred to as generation Y. Many researchers are still debating the exact year of their birth, but most estimate this generation was born within the last 20-25 years. Generation Z is now an adult, and has even begun to color the world of work, especially in the business field. Experts believe they will become the world's economic spinner in the near future. This high interest in pursuing the business world in Generation Z is what drives this research. This study aims to analyze the factors that influence the interest in entrepreneurship for Generation Z. The object of this research is focused on students who are active in universities in Yogyakarta and have taken entrepreneurship courses. The sample is determined at least 15% of the existing population. Data was collected by means of a questionnaire via googleform. Furthermore, data analysis was carried out using multiple regression analysis techniques. The findings of this study that personality factors, Spiritual Quotient, self-efficacy and need for achievement have a significant effect on entrepreneurial interest in generation Z. Meanwhile, Adversity Quotient and Emotional Quotient factors are stated to have no effect on entrepreneurial interest in Generation Z.

Keywords : entrepreneurial interest, generation Z



PENDAHULUAN

Generasi Z banyak disebut oleh para ahli dalam banyak literatur sebagai generasi yang mempunyai ambisi tinggi untuk membangun bisnis baru. Namun demikian, jika dibandingkan dengan generasi-generasi sebelumnya, maka kekuatan, talenta dan kreativitas kelompok generasi ini bisa lebih melejit pada saat menjadi bagian dari perusahaan. Generasi Z merupakan generasi yang dilahirkan pada era teknologi modern. Mereka menjalani pendidikan alternatif secara kolaboratif maupun metode pengajaran langsung. Generasi Z diyakini memiliki ambisi besar untuk berwirausaha. Berdasar hasil survei dari Standard Chartered, 87% milenial dan Generasi Z berencana untuk memulai bisnis sendiri (Natalia, 2020). Angka ini lebih tinggi daripada angka global yaitu 75%. Hasil survei ini sangat jauh berbeda dari tahun-tahun sebelumnya yang sangat rendah. Hal ini diperkirakan karena generasi Z memang karakternya berbeda, disamping budaya bangsa Indonesia yang terkenal suka bekerja keras dan minat untuk mendapatkan penghasilan tambahan serta minat yang tinggi untuk belajar ketrampilan yang baru. Rencana generasi Z menjadi entrepreneur jauh lebih tinggi 4% daripada generasi milenial. Mereka berobsesi paling lambat memiliki bisnis pada saat usia 42 tahun dan tidak memiliki rencana berada di dunia kerja dalam jangka waktu yang lama. Andaikata mereka telah bekerja di kantor, mereka tetap ingin menjadi atau beralih untuk mencari sampingan bisnis. Generasi ini berencana beralih menjadi pebisnis dengan cara-cara tertentu. Karir generasi Z bisa lebih cemerlang atau melesat tergantung pada atasan/senior yang membimbingnya saat bekerja, mereka umumnya punya ambisi kuat meskipun baru memiliki pengalaman yang sedikit. Dengan demikian, secara umum, generasi Z ini memiliki karakter yang berbeda dengan generasi sebelumnya. Di sisi lain, pemimpin saat ini yang kemungkinan merupakan kelompok generasi X sangat penting untuk memahami karakter mereka guna menentukan cara terbaik untuk merekrut, memotivasi, mempertahankan dan mengelolanya (Stillman, 2018). Dengan demikian terdapat gab/celah karakter generasi yang perlu dipelajari dan dipahami agar kerjasama tim dalam organisasi tetap bisa berjalan dengan baik. Ketertarikan generasi Z untuk menekuni dunia bisnis yang tinggi dan kepentingan pimpinan untuk memahami karakter generasi Z inilah yang mendorong dilakukannya penelitian ini. Sehingga penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha bagi generasi Z.

1. Generasi Z

Berdasarkan berbagai literatur yang ada, dipahami bahwa para ahli terdapat sedikit perbedaan perihal tahun kelahiran dalam menggolongkan tiap generasi. Secara umum, generasi Z merupakan generasi yang dilahirkan dalam kurun waktu tahun 1997-2013. Mereka telah mengenal dunia digital sejak kecil. Orangtua mereka telah menggunakan berbagai kemudahan teknologi yang dapat dirasakan dan dinikmati dalam kehidupan sehari-hari. Generasi Z adalah generasi digital yang nyata karena telah menggunakan teknologi dalam setiap aspek kehidupan.

2. Minat Wirausaha

Minat adalah perasaan suka atau tertarik pada sesuatu hal yang mendorong seseorang dengan senang hati beraktivitas terus menerus tanpa ada yang memerintah hingga mendatangkan kepuasan. Minat pada dasarnya adalah penerimaan terhadap suatu hubungan antara diri sendiri dengan yang ada di luar diri. Minat adalah sumber motivasi yang mendorong seseorang untuk melakukan apa yang ingin dilakukan bila seseorang bebas memilih. Apabila seseorang menilai bahwa sesuatu akan bermanfaat dan mendatangkan kepuasan, maka akan muncul minat.

Wirausaha diartikan sebagai orang-orang yang mempunyai kemampuan melihat dan menilai kesempatan bisnis, mengumpulkan sumber daya yang dibutuhkan untuk melakukan tindakan yang tepat, guna mendapatkan keuntungan dan kesuksesan. Minat wirausaha merupakan kemampuan untuk memberanikan diri dalam memenuhi kebutuhan hidup, menciptakan usaha baru dan memajukan usahanya dengan kekuatan yang ada pada diri sendiri. Minat berwirausaha adalah keinginan, ketertarikan serta kesediaan untuk bekerja dengan kemauan keras untuk berdikari atau usaha memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa merasa takut dengan resiko kegagalan yang harus dihadapi. Minat wirausaha adalah kemampuan untuk memberanikan diri dalam memenuhi kebutuhan hidup, memajukan usaha atau menciptakan usaha baru dengan kekuatan yang ada pada diri sendiri.

3. Pengembangan hipotesis

a. Pengaruh kepribadian terhadap minat wirausaha

Minat berwirausaha berperan penting untuk membentuk individu menjadi seorang entrepreneur. Terdapat beberapa faktor yang memengaruhi minat wirausaha, diantaranya adalah lingkungan, pendidikan, kepribadian dan lingkungan keluarga. Salah satu faktor dominan yang memengaruhi munculnya intensi berwirausaha adalah faktor internal yaitu kepribadian. Kepribadian merupakan salah satu faktor yang harus dimiliki wirausaha sukses. Generasi Z memiliki karakteristik antara lain: digital, hiper-kustomisasi, realistis, *fear of missing out*, *weconomist*, *do it yourself* dan terpacu. Berdasarkan beberapa hasil penelitian Murniati dkk (2019); Septiawati (2017); Kurniawan dkk (2016) dan Afifah (2020) bahwa kepribadian berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Sehingga dapat diturunkan hipotesis berikut

H1: kepribadian generasi Z berpengaruh terhadap minat berwirausaha

b. Pengaruh Adversity Quotient terhadap minat berwirausaha

Faktor internal yang berupa kecerdasan diperlukan dalam membangun minat berwirausaha yang tinggi. Diantaranya adalah perlunya seseorang memiliki *adversity quotient* atau mental daya juang terhadap kesulitan yang mantap dan solid. Tingkat *adversity quotient* yang tinggi penting dimiliki seseorang ketika memulai bisnis. Hal ini berdasar fakta bahwa banyak pengusaha baru yang menemui kendala dan kesulitan dalam aktivitas bisnisnya. Apalagi lingkungan bisnis seperti saat ini yang penuh gejolak dan ketidakpastian, sangat diperlukan ketahanan mental yang

tinggi dari seorang wirausahawan. Semakin tinggi tingkat *adversity quotient* yang dimiliki seseorang maka akan semakin meningkatkan minat untuk berwirausaha. Teori ini sejalan dengan temuan penelitian Rusdiyana & Muttaqiyathun (2020) bahwa AQ berpengaruh signifikan terhadap intensi berwirausaha mahasiswa. Berdasarkan hal tersebut dapat diturunkan hipotesis berikut:

H2: Adversity Quotient berpengaruh terhadap minat berwirausaha

c. Pengaruh Emotional Quotient terhadap minat berwirausaha

Emotional Quotient (EQ) atau kecerdasan emosional adalah kecerdasan seseorang dalam mengatur atau menyelaraskan emosinya dengan pengendalian, kesadaran, empati dan ketrampilan sosial yang tepat (Goleman, 2015). EQ yang tinggi akan membantu seseorang dalam membangun relasi social dalam lingkungan keluarga, kantor, bisnis maupun sosial. Wirausahawan yang memiliki kecerdasan emosional akan memiliki intuisi yang tajam sehingga mampu melihat sesuatu yang tidak terlihat oleh orang lain. Hal ini telah dibuktikan dengan hasil penelitian bahwa EQ berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha (Dessy, 2018; Irawati & Fauziah, 2018). Berdasarkan hal tersebut dapat dibuat hipotesis berikut:

H3: Kecerdasan emosional berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha.

d. Pengaruh Spiritual Quotient terhadap minat berwirausaha

Spiritual Quotient adalah kecerdasan yang berkaitan dengan kreatifitas untuk menemukan nilai-nilai baru. Ciri orang yang ber-SQ tinggi, diantaranya adalah memiliki prinsip dan visi yang kuat, mampu melihat kesatuan dan keragaman, mampu memaknai setiap sisi kehidupan dan mampu mengelola serta bertahan dalam kesulitan dan penderitaan. Berdasarkan hasil penelitian, telah dibuktikan dengan temuan bahwa kecerdasan spiritual berpengaruh positif dan signifikan terhadap kegiatan berwirausaha (Muhani dkk, 2019; Mustofa A, 2018). Sehingga dapat diturunkan hipotesis berikut

H4: Kecerdasan Spiritual berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha

e. Pengaruh efikasi diri terhadap minat berwirausaha

Efikasi diri adalah keyakinan seseorang yang dapat menguasai situasi dan menghasilkan berbagai hal yang positif (Laura A. King, 2010). Seseorang dengan efikasi diri yang tinggi di bidang bisnis akan mendorong dirinya untuk lebih berani memulai bisnis yang baru. Hal ini telah dibuktikan dengan temuan hasil penelitian bahwa efikasi diri berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha (Rusdiyana & Muttaqiyathun A, 2020). Dengan demikian ini menjadi dasar penurunan hipotesis berikut:

H5: Efikasi diri berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha

f. Pengaruh *need for achievement* (kebutuhan akan prestasi) terhadap minat berwirausaha

Need for achievement atau kebutuhan akan prestasi merupakan teori motivasi dari McClelland. Dengan kebutuhan prestasi yang tinggi, seseorang akan

menentukan tujuan untuk dirinya secara terukur. Dia tidak menghendaki kegagalan, sehingga ia akan menghindari pekerjaan yang terlalu banyak resiko, namun akan berusaha menantang resiko yang sekiranya mampu dihadapi. Seorang wirausahawan harus memiliki keinginan yang kuat dalam suatu bisnis guna mengembangkan minat yang dimiliki. Tingkat *need for achievement* akan membuat seseorang mampu mengatasi segala rintangan, menghasilkan kualitas kerja yang tinggi, serta dapat bersaing untuk menjadi yang terbaik. Hasil penelitian telah membuktikan bahwa *need for achievement* berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha (Rusdiyana & Muttaqiyathun, 2020). Dengan demikian dapat diturunkan hipotesis berikut

H6: kebutuhan akan prestasi berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha

METODE

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa perguruan tinggi di Yogyakarta yang telah menempuh mata kuliah kewirausahaan dan aktif pada tahun akademik 2020-2021. Pemilihan sampel di dalam penelitian ini menggunakan teknik *cluster sampling* atau penentuan sampel dengan mengutamakan keterwakilan diantara perguruan tinggi yang ada. Hal ini dilakukan karena peneliti telah memahami bahwa informasi yang dibutuhkan dapat diperoleh dari satu kelompok sasaran tertentu yang mampu memberikan informasi yang dikehendaki karena memang mereka memiliki informasi seperti yang diinginkan dan memenuhi kriteria yang ditentukan peneliti. Adapun kriteria sampel yang digunakan adalah mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah menempuh matakuliah kewirausahaan dan aktif pada semester ini. Jumlah sampel ditentukan minimal sebanyak 10% dari populasi.

Dalam rangka penelitian ini pengukuran setiap variabel menggunakan skala yang dikembangkan oleh masing-masing ahlinya. Minat wirausaha diukur dengan menggunakan indikator percaya diri, berorientasi tugas dan hasil, pengambilan resiko, kepemimpinan, orisinalitas dan orientasi masa depan. Variabel kepribadian generasi Z merujuk pada Stillman D (2018) yaitu *figital, hiper kustomisasi, realistis, fear of Missing Out, weconomist, do it yourself dan terpacu. Adversity Quotient* menggunakan indikator *control, origin ownership, reach dan endurance* (Stoltz, 2007). *Emotional Quotient* dengan indikator kesadaran diri, penguasaan diri, motivasi diri, empati dan ketrampilan sosial yang digunakan oleh Goleman D (2015) yang mengadopsi dari Salovey & Meyer. *Spiritual Quotient* merujuk pada Zohar & Marshal (2007) dengan indikator fleksibel/adaptif, kesadaran diri dan mengelola penderitaan. Efikasi diri dengan indikator *magnitude, strength dan generality*. Dan kebutuhan akan prestasi dengan indikator kebutuhan akan pencapaian, kesediaan bertanggungjawab, takut gagal, kemampuan atasi hambatan serta bersedia menerima kritik & saran.

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini merujuk pada instrumen penelitian yang telah digunakan dalam beberapa penelitian sebelumnya. Namun demikian peneliti tetap melakukan uji instrumen terlebih dahulu guna memastikan instrumen tersebut cocok untuk kondisi obyek penelitian yang telah ditentukan. Instrumen dalam penelitian ini diuji dengan menggunakan uji

validitas. Berdasarkan hasil uji validitas, dinyatakan ada dua item pernyataan yang dinyatakan tidak valid yaitu pada variabel minat wirausaha sehingga kedua item tersebut dihilangkan. Tahap berikutnya dilakukan uji reliabilitas, dan semuanya dinyatakan reliabel, maka bisa digunakan untuk mencari data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini, instrumennya berupa kuesioner menggunakan skala Likert, sehingga data yang diperoleh adalah data interval dan diambil dari populasi yang berdistribusi normal. Hal ini menunjukkan bahwa pengujian hipotesis dapat menggunakan alat statistik parametrik. Dengan demikian untuk pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan alat uji regresi linier. Adapun hasil uji regresi linier dapat disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 3.

Hasil uji analisis data

Nama Variabel	Nilai signifikansi	Keterangan
Kepribadian	0,007	Signifikan
Adversity Quotient	0,216	Tidak Signifikan
Emotional Quotient	0,218	Tidak Signifikan
Spiritual Quotient	0,044	Signifikan
Efikasi Diri	0,016	Signifikan
Kebutuhan akan prestasi	0,024	Signifikan

Pembahasan

Variabel kepribadian dinyatakan secara signifikan berpengaruh terhadap minat berwirausaha bagi generasi milenial. Temuan ini sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya, diantaranya yaitu penelitian dari Murniati dkk (2019); Septiawati (2017); Kurniawati dkk (2016); Afifah (2020) maupun Nugrahaningsih dan Muslim (2016).

Berdasarkan hasil analisis regresi di atas, variabel Adversity Quotient dinyatakan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat berwirausaha pada generasi milenial. Menurut teori, mestinya kecerdasan daya juang ini penting dimiliki bagi seseorang ketika memulai bisnis. Namun hasil penelitian ini ternyata tidak mendukung teori tersebut dan juga hasil penelitian yang telah dilakukan Rusdiyana & Muttaqiyathun (2020) terdahulu.

Emotional Quotient disimpulkan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha bagi generasi milenial dalam penelitian ini. Temuan ini tidak mendukung teori maupun beberapa hasil penelitian-penelitian sebelumnya. Karena hasil penelitian sebelumnya yaitu Dessy (2018); Irawati & Fauziah (2018); Paulina dan Wardoyo (2012); Hayati DN (2016) dan Istiqomah (2016) kesemuanya mendukung teori bahwa emotional quotient berpengaruh signifikan terhadap minat

berwirausaha di kalangan mahasiswa. Hal ini kemungkinan karena pengaruh antara Emotional Quotient terhadap minat berwirausaha dimediasi oleh variabel efikasi diri sebagaimana temuan dari penelitian Nugrahaningsih(2018). Dengan demikian perlu dilakukan penelitian lebih lanjut untuk memastikan adanya variabel mediasi tersebut.

Spiritual Quotient dinyatakan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha pada generasi milenial. Temuan ini sesuai dengan teori dan mendukung hasil penelitian- penelitian sebelumnya, diantaranya hasil penelitian dari Muhani dkk (2019); Mustofa (2018) dan Istiqomah (2016). Bahwa spiritual quotient atau kecerdasan spiritual berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa milenial.

Efikasi Diri dinyatakan secara signifikan berpengaruh terhadap minat berwirausaha bagi generasi milenial. Hasil temuan ini sesuai dengan teori dan penelitian-penelitian sebelumnya seperti hasil penelitian dari Rusdiyana dan Muttaqiyathun (2020); Syamsudin dkk (2019) maupun Zulianto dkk (2014)

Kebutuhan akan prestasi dinyatakan secara signifikan berpengaruh terhadap minat berwirausaha bagi generasi milenial. Hal ini sesuai dengan teori maupun hasil penelitian sebelumnya yaitu penelitian dari Rusdiyana dan Muttaqiyathun (2020)

KESIMPULAN

Simpulan dari penelitian ini bahwa faktor kepribadian, Spiritual Quotient, efikasi diri dan kebutuhan akan prestasi berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha pada generasi Z. Sedangkan faktor Adversity Quotient dan Emotional Quotient dinyatakan tidak berpengaruh pada minat wirausaha generasi Z.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah N (2020) Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Kepribadian dan Lingkungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*. Vol 09. No 16.
- Afriyani GL (2013) Pengaruh Persepsi Siswa tentang Metode Guru dalam Mengajar Jiwa Kewirausahaan dan Penggunaan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha Siswa Kelas XI Akuntansi SMK Negeri I Depok Tahun Ajaran 2014/2015. *Skripsi* Fakultas Ekonomi UNY Yogyakarta.
- Dessy (2018) Pengaruh Kecerdasan Emosional, Locus of Control dan Lingkungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Konsentrasi Kewirausahaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara Stambuk 2014. *Skripsi*. FEB USU.
- Ferdinand A (2014) *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi ilmu Manajemen*. Edisi lima. Semarang: Undip press.



- Goleman D (2015) *Emotional Intelligence: Kecerdasan Emosional*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Hayati DN (2016) Pengaruh Kecerdasan Emosional dan Ketrampilan Berpikir Kreatif Mahasiswa terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Pendidikan Akuntansi Semester VI FKIP UMS TA 2013/2014. *Skripsi FKIP UNS*. <https://eprints.ums.ac.id>.
- Irawati dan Fauziah (2018) Hubungan Antara Kecerdasan Emosional dengan Motivasi Berusaha pada Mahasiswa prodi Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro. *Jurnal Empati*. Vol.7 no.3 Agustus.
- Istiqomah (2016) Pengaruh Kecerdasan Intelektual, Emosional, dan Spiritual terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah UIN Sunan Ampel Surabaya. *Skripsi*. Digilib UIN Sunan Ampel.
- Kurniawan A, Khafid dan Pujiati (2016) Pengaruh Lingkungan Keluarga, Motivasi dan Kepribadian terhadap Minat Wirausaha melalui Self Efficacy. *Journal of Economic Education*. 5 (1).
- Laura. A. King (2010) *Psikologi Umum*. Jakarta Selatan: Salemba Humanika
- Muhani S. Baga LM.,Triyonggo (2019) Pengaruh Kecerdasan Spiritual terhadap Minat Berwirausaha mahasiswa IPB Menggunakan Metode Regresi Linier. *Tadbir Muwahhid*.vol.3 no. 2.
- Murniati, Sulistyو dan Yudiono (2019) Pengaruh Kepribadian, Pengetahuan Kewirausahaan, Kreatifitas dan Lingkungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha. *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi*. Vol 4 no. 2
- Mustofa A (2018) *Pengaruh Kecerdasan Spiritual terhadap Perilaku Kewirausahaan Pedagang di Pasar Gentan Ngaglik Sleman Yogyakarta*. Institutional Repository UIN Suka Yogyakarta.
- Natalia M (2020) *Survei: 87% Milenial dan Gen Z Indonesia Ingin Buka Bisnis Baru*. Sindonews.com 06 Agustus 2020.
- Nugrahaningsih H (2018) Pengaruh Kecerdasan Emosional dan Pendidikan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha dengan Efikasi Diri sebagai variabel Intervening pada mahasiswa Universitas 17Agustus 1945 Jakarta. *Jurnal Mozaik* 10 (1), 1-9.
- Nugrahaningsih H & Muslim R(2016) Pengaruh Kepribadian, Pengetahuan dan Motivasi terhadap Minat Berwirausaha dengan perencanaan Strategis sebagai variabel moderating pada mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta. *Jurnal Media Manajemen Jasa*, 3 (2) 2016.
- Paulina dan Wardoyo (2012) Pengaruh Kecerdasan Emosi, Sikap Mandiri, dan Lingkungan terhadap Intensi Berwirausaha pada Mahasiswa. *Jurnal Dinamika Manajemen*, Vol. 3 No. 1 Maret 2012.



- Putra YS (2016) Theoretical Review: Teori Perbedaan Generasi. *Jurnal Among Makarti*.vol.9 no.18 Desember.
- Rusdiyana RA dan Muttaqiyathun A (2020) Pengaruh Adversity Quotient, Efikasi Diri dan Need for Achievement terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa. *Prosiding Yogyakarta*. Seminar Nasional FMI DIY 24 Oktober 2020.
- Septiawati S (2017) Pengaruh Dukungan Sosial dan Kepribadian Ekstraversi terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa. *Jurnal Ecopsy*. Vol.4 no.2
- Stillman D (2018) *Generasi Z: Memahami Karakter Generasi Baru yang Akan Mengubah Dunia Kerja* (Indonesian Edition) Gramedia Pustaka Utama.
- Stoltz (2007) *Adversity Quotient: Mengubah Hambatan menjadi Peluang*. Jakarta: PT Grasindo.
- Syamsudin A, Hakim L & Atmasari A (2019) Pengaruh Efikasi Diri terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa FEB Universitas Teknologi Sumbawa. *Jurnal Psimawa*, 2 (1), 58-62
- Zimmerer & Scarborough (2004) *Entrepreneurship and Thr New Veneture Formation*. New Jersey: Prentice Hall International.
- Zohar D dan Marshal I (2007) *SQ: Kecerdasan Spiritual*. Cetakan IX Juni. Bandung: Mizan Pustaka.
- Zulianto M., Santosa S & Sawiji H (2014) Pengaruh Efikasi Diri dan Pendidikan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Tata Niaga FE Universitas Negeri Malang tahun 2013. *Jurnal Pendidikan Insan Mandiri*, 3 (1)