

Model Peran Wirausaha dan Dukungan Sosial Untuk Membentuk Minat Berwirausaha di Kalangan Mahasiswa Fakultas Hukum dan Sosial

Didit Darmawan

Fakultas Ekonomi, Program Studi Manajemen, Universitas Sunan Giri Surabaya, Surabaya
Jl. Brigjen Katamso II, Bandilan, Kedungrejo, Kec. Waru, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur, Indonesia
Email: dr.diditdarmawan@gmail.com
Email Penulis Korespondensi: dr.diditdarmawan@gmail.com

Abstrak—Tingginya tingkat ketergantungan mahasiswa untuk segera mendapatkan pekerjaan setelah lulus kuliah berdampak pada meningkatnya angka pengangguran. Untuk itu, agar kondisi yang terjadi dapat segera teratasi, diperlukan minat berwirausaha di kalangan mahasiswa. Penelitian ini dilakukan untuk mengamati dan menganalisis model peran kewirausahaan dan dukungan sosial untuk mewujudkan niat berwirausaha di kalangan mahasiswa. Peneliti memilih mahasiswa Fakultas Hukum dan Sosial yang sedang kuliah di Universitas Sunan Giri Surabaya untuk menjadi subjek penelitiannya. Lebih khusus lagi, akan ada 100 siswa yang ditetapkan sebagai sampel penelitian dengan menggunakan metode simple random sampling. Data primer diperoleh dari 100 kuesioner yang dibagikan kepada mahasiswa. Alat analisis yang digunakan adalah dengan menggunakan regresi linier berganda dengan memanfaatkan program SPSS. Dari kajian yang telah dilakukan diperoleh tiga hasil penelitian yaitu: (1) terdapat pengaruh signifikan secara parsial model peran entrepreneur terhadap intensi berwirausaha mahasiswa; (2) terdapat pengaruh signifikan dukungan sosial secara parsial terhadap intensi berwirausaha mahasiswa; (3) terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan model peran wirausaha dan dukungan sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa.

Kata Kunci: Model Peran Kewirausahaan; Dukungan Sosial; Niat Kewirausahaan

Abstract—The high level of dependency on students to get a job immediately after graduating from college has an impact on increasing the unemployment rate. For this reason, so that the conditions that occur can be resolved immediately, an interest in entrepreneurship is needed among students. This research was conducted to observe and analyze the entrepreneurial role model and social support in realizing entrepreneurial intentions among university students. The researcher chose Law and Social Faculty students who were studying at Sunan Giri University in Surabaya to be the research subjects. More specifically, there will be 100 students who will be selected as the research sample using the simple random sampling method. Primary data was obtained from 100 questionnaires distributed to students. The analytical tool used is multiple linear regression using the SPSS program. From the studies that have been carried out, three research results are obtained, namely: (1) there is a partial significant effect of the entrepreneur's role model on student entrepreneurial intentions; (2) there is a significant effect of social support partially on students' entrepreneurial intentions; (3) there is a significant influence simultaneously on the entrepreneurial role model and social support on students' entrepreneurial interest.

Keywords: Entrepreneurial Role Model; Social Support; Entrepreneurial Intention

1. PENDAHULUAN

Kewirausahaan memiliki peran berarti untuk meningkatkan perekonomian suatu negara. Hal ini terbukti bahwa dengan adanya kegiatan berwirausaha, maka telah tercipta suatu inovasi usaha dan penyediaan lapangan kerja (Costa et al., 2016). Dunia bisnis berkembang dengan semakin banyak orang yang terlibat dalam kegiatan kewirausahaan (Wahab et al., 2017; Padma et al., 2018). Kekuatan bisnis telah tumbuh dari sumber pengetahuan dan pengembangan gagasan serta kompetensi berwirausaha (Ahmad et al., 2014; Mahyanalia et al., 2017). Dari bisnis dengan skala kecil hingga cakupan global telah mengalami proses keberlanjutan yang gagal maupun berhasil melewatinya (Sinambela et al., 2021; Mardikaningsih & Arifin, 2021). Ide-ide bisnis terus bermunculan dan mendorong kemunculan beragam bisnis baru (Putra, 2022).

Institusi pendidikan merupakan wadah untuk mengembangkan beragam kompetensi (Hutomo et al., 2012; Lembong et al., 2015). Salah satunya adalah kewirausahaan. Kegiatan berwirausaha saat ini juga semakin banyak diminati oleh kelompok mahasiswa muda karena mahasiswa memiliki potensi yang menjanjikan untuk meraih keberhasilan (Praag, 2003). Meski pada kelompok mahasiswa masih banyak yang terjebak pada pola konsumtif yang berlebihan (Kurniawan et al., 2021; 2022). Namun, tidak sedikit kelompok mahasiswa yang berperilaku produktif. Wujud kegiatan berwirausaha yang dilakukan mahasiswa juga berbeda-beda karena ada mahasiswa yang secara langsung dapat memproduksi barang, secara mandiri dapat membuka usaha baru, ada yang memulai dengan bergabung menjadi reseller. Perbedaan ini muncul karena kondisi, karakter, latar belakang, motivasi yang tentunya juga tidaklah sama. Dari berbagai perbedaan yang ada menunjukkan bahwa mendirikan suatu usaha bukanlah sesuatu yang mudah (Darmawan et al., 2022). Namun dari perbedaan tersebut justru menjadikan mahasiswa lebih tangguh karena dapat mengemban tanggung jawabnya sebagai seorang mahasiswa yang harus terus belajar sekaligus menjadi seorang wirausahawan (Edelman et al., 2016). Selain itu terwujudnya keberhasilan mahasiswa berwirausaha juga karena adanya karakter yang melekat pada mahasiswa tersebut seperti bersedia untuk berinovasi, berani menghadapi risiko dan ketidakpastian. Sebagai mahasiswa yang memiliki minat berwirausaha, maka harus berorientasi terhadap masa depan, segala sesuatu yang dibutuhkan ketika berwirausaha juga harus diperhitungkan, dapat menemukan solusi terbaik saat dihadapkan dengan permasalahan berwirausaha. Meski tidak langsung menggeluti sebagai wirausahawan setelah menjadi sarjana, namun status sebagai karyawan pun dapat menjadi tahapan sebelum benar-benar siap menjalaninya (Darmawan, 2016; Mendrika et al., 2021; Darmawan et al., 2020).

Kondisi yang terjadi saat ini tentunya juga tidak terlepas dari peran Perguruan Tinggi. Perguruan Tinggi telah melakukan segala macam upaya untuk mendukung munculnya minat mahasiswa agar menjadikan berwirausaha sebagai

pilihan karir mereka di masa depan (Meoli et al., 2020; Munir et al., 2022) sehingga mereka dapat menjadi mahasiswa yang mandiri untuk dapat memenuhi kebutuhan perekonomiannya (Mardikaningsih et al., 2021). Upaya yang dilakukan diwujudkan dengan berbagai pendidikan dengan program kewirausahaan, memberikan fasilitas yang mendukung (Curran & Stanworth, 1989; Darmawan, 2019). Pendidikan tersebut tidak lain digunakan agar kompetensi mahasiswa lebih unggul, keterampilan yang dimiliki dapat dikembangkan, pengetahuannya juga jauh lebih luas (Aaltio, 2008; Donnellon et al., 2014; Akmal et al., 2015). Oleh karena itu mewujudkan minat berwirausaha semakin penting ketika membahas topik yang berhubungan dengan kewirausahaan dan generasi pemula (Odoardi, 2008; Thompson, 2009; Battistelli & Odoardi, 2016), karena tanpa ada minat, maka tidak akan muncul kegiatan berwirausaha yang sesungguhnya. Minat merupakan kondisi yang dapat mengalihkan perhatian dan sikap seseorang karena ada pengalaman yang mempengaruhi tindakan, tujuan untuk mencapai sesuatu (Bird, 1988). Menurut Thompson (2009), minat berwirausaha adalah keyakinan individu untuk memilih peran baru dalam dunia usaha. Semakin baik sikap terhadap perilaku tertentu, maka minatnya untuk berwirausaha juga semakin besar (Armitage & Conner, 2001; Mardikaningsih et al., 2020). Minat berwirausaha juga tidak hanya dipengaruhi dengan faktor-faktor yang telah dijelaskan sebelumnya tetapi juga ada faktor lainnya seperti model peran wirausaha (Akerlof & Kranton, 2000; Block et al., 2013) dan dukungan sosial (Fini et al., 2012). Hal ini karena keterlibatan mahasiswa terhadap perilaku tertentu secara terus-menerus juga karena adanya perilaku dan ide orang lain (Ajzen 1991; Akerlof & Kranton, 2000).

Model peran wirausaha merupakan individu yang dapat mempengaruhi individu yang lain untuk mengambil keputusan penting yang berhubungan dengan berwirausaha karena mereka secara tidak langsung telah memberikan inspirasi yang dapat dijadikan contoh (Steele et al., 2013). Model peran wirausaha dapat memberikan motivasi, inspirasi untuk mendukung mahasiswa berwirausaha (Bosma et al., 2012). Mahasiswa juga dapat mengembangkan perilaku berwirausahanya karena ada seseorang yang menjadi panutannya (Chlosta et al., 2012; Mardikaningsih & Putra, 2021). Selain itu Kennedy et al. (2003) juga berpendapat bahwa mahasiswa yang memiliki panutan, maka minat berwirausahanya juga semakin besar jika dibandingkan dengan mahasiswa yang tidak memiliki panutan. Dengan adanya panutan yang diteladani mahasiswa, maka dapat memberikan pengalaman nyata bahwa mereka juga memiliki efikasi diri yang kuat (Quimby & DeSantis, 2006). Selain itu mahasiswa juga lebih percaya diri untuk memulai usaha karena adanya model peran wirausaha (Sorenson & Audia, 2000). Rasa percaya diri mahasiswa muncul karena mereka telah mengamati bahwa model peran wirausaha yang dianutnya dapat membantu mahasiswa untuk mengambil keputusan tentang karir mereka dengan tepat (Hackett & Betz, 1981). Model peran wirausaha juga dapat mempromosikan pengetahuan yang dimilikinya sehingga mahasiswa lebih memiliki akses informasi yang dibutuhkan (Davidsson & Wiklund 1997; Mueller, 2006). Bentuk promosi yang dilakukan juga harus memberikan pesan dan informasi yang aktual sehingga dapat diterima dengan baik oleh mahasiswa (Laviolette et al., 2012). Menanggapi hal ini, maka model peran berwirausaha merupakan pendekatan efektif untuk mengamati situasi kewirausahaan yang berbeda sehingga dapat memperkuat persepsi mahasiswa tentang kemampuan yang dibutuhkan untuk menghadapi segala tantangan (Wood & Bandura, 1989) serta memperkuat efikasi dirinya (Scherer et al., 1989^a; 1989^b). Selain itu mahasiswa akan menemukan jati dirinya (Ibarra, 1999; Gibson, 2003) yang pada akhirnya dapat digunakan untuk mengetahui potensi yang dimilikinya (Alsos et al., 2016).

Dukungan sosial juga menjadi faktor lain yang mewujudkan minat berwirausaha (Carr & Sequeira, 2007). Shepherd dan Krueger (2002) juga mendukung pernyataan sebelumnya bahwa minat berwirausaha mahasiswa biasanya muncul karena memperoleh dukungan dari lingkungan terdekat mereka (teman sebaya, keluarga). Sarafino dan Smith (2014) memberikan penjelasan bahwa dukungan sosial dapat memberikan rasa nyaman dan dapat membantu mahasiswa untuk menentukan tindakannya. Dukungan sosial diberikan agar dapat memberikan perlindungan dalam bentuk dukungan moral, materi yang diberikan kepada seseorang ketika memilih berwirausaha (Wortman & Dunkel-Schetter, 1987). Dukungan sosial dapat membantu mahasiswa untuk lebih percaya diri (Sahban et al., 2005; Issalillah et al., 2021). Jenssen dan Greve (2002) menyatakan bahwa ketika berwirausaha mahasiswa membutuhkan dukungan sosial yang lebih tinggi. Pernyataan sebelumnya juga didukung dengan Moorthy dan Annamalah (2014) bahwa mahasiswa yang memperoleh dukungan sosial yang tinggi akan lebih mudah untuk meraih keberhasilan ketika berwirausaha. Menurut Backman dan Smith (2000) dukungan sosial juga merupakan wujud kepercayaan yang dibentuk berdasarkan kerja sama dengan lingkungan sosial atau juga dapat disebut dengan bentuk sumber daya potensial yang berasal dari berbagai pihak (Baron, 2000). Dukungan sosial juga dapat diberikan dalam bentuk verbal atau non verbal sehingga dapat berdampak pada kondisi emosional mahasiswa yang jauh lebih baik (Ganster et al., 1986). Dukungan sosial akan dirasakan sepenuhnya oleh mahasiswa bila orang-orang terdekat mereka terbukti dapat diandalkan ketika dibutuhkan dan dukungan yang diberikan juga memberikan kepuasan dalam hal terpenuhinya apa yang dibutuhkan (Sarason et al., 2000). Oleh karena itu ketika mahasiswa memperoleh dukungan sosial, maka mereka merasa jauh lebih berharga dan memiliki keyakinan bahwa ketika nanti mereka memilih untuk berwirausaha, mereka tetap akan diterima oleh lingkungan sosialnya.

Bagi sebagian mahasiswa memutuskan memilih berkarir di dunia wirausaha bukanlah sesuatu yang mudah karena mereka cenderung didominasi oleh keinginan untuk memperoleh pekerjaan yang memang sesuai dengan latar belakang pendidikan yang telah ditempuh selama di Perguruan Tinggi. Selain itu mahasiswa memiliki pandangan bahwa berwirausaha seharusnya dapat dijadikan usaha sampingan bukan menjadi pekerjaan utama karena mereka dapat memulainya kapan saja tanpa ada tuntutan dari pihak lain, melakukan manajemen yang dirasa paling cocok dengan kebutuhan dan keinginannya. Oleh karena itu peran Perguruan Tinggi sangat dibutuhkan untuk memberikan pendampingan kepada mahasiswa agar mereka memperoleh bentuk dukungan yang lebih bermakna. Dengan demikian, penelitian ini bermaksud untuk mengamati model peran wirausaha dan dukungan sosial untuk mewujudkan minat berwirausaha di kalangan mahasiswa.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan untuk mengamati dan menganalisis model peran wirausaha dan dukungan sosial untuk mewujudkan minat berwirausaha di kalangan mahasiswa. Peneliti memilih mahasiswa yang ada di Universitas Sunan Giri Surabaya Fakultas Hukum dan Sosial untuk dijadikan subjek penelitiannya. Lebih spesifik akan ada 100 mahasiswa yang ditetapkan sebagai sampel penelitian dengan metode simple random sampling. Data primer diperoleh dari 100 kuesioner yang telah disebar kepada mahasiswa yang kemudian akan diberi tanggapan sesuai dengan keyakinan dan persepsi mereka. Tanggapan yang diberikan juga akan dijaga identitas dan kerahasiaannya. Selain itu persepsi mahasiswa terhadap variabel yang diteliti akan diukur menggunakan Skala likert 1-8. Dari total 100 kuesioner ternyata hanya 85 kuesioner saja yang dinyatakan memenuhi syarat untuk dapat dianalisis dan sisanya sebanyak 15 kuesioner dinyatakan gagal. Alat analisis yang digunakan yaitu dengan menggunakan regresi linier berganda dengan memanfaatkan program SPSS.

Berikut ini akan disebutkan indikator yang membentuk masing-masing variabel di penelitian ini: (1) indikator variabel model peran berwirausaha terdiri dari empat indikator yaitu dapat memberikan inspirasi, memiliki keterampilan, perilakunya dapat diteladani, dapat memberikan motivasi. Indikator ini berasal dari pendapat Bosma et al. (2012); (2) variabel dukungan sosial dengan lima indikator berdasarkan pendapat dari Sarafino dan Smith (2014). Indikator tersebut terdiri dari dukungan emosional yang diwujudkan dengan memiliki empati, memberikan perhatian dan rasa peduli, dukungan dalam bentuk apresiasi yang diwujudkan dengan mendukung ide orang lain, dukungan materi yang diwujudkan dengan membantu menyelesaikan masalah, dukungan informasi yang diwujudkan dengan memberikan saran, nasihat dan bimbingan, dukungan komunitas sosial yang diwujudkan dalam bentuk kerja sama; (3) variabel minat berwirausaha memiliki indikator sebanyak tiga hal yang mendasarinya. Indikator tersebut berdasarkan pendapat dari Rakib (2015) di mana indikatornya adalah memiliki motivasi agar kebutuhannya terpenuhi, ingin memperoleh pengalaman yang berasal dari hasil interaksi dengan lingkungan, merasa yakin dan senang untuk mencapai tujuan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Ada 85 responden yang menjadi sampel di penelitian ini. Ada 28 dari semester delapan; Ada 25 dari semester enam; dan 32 dari semester empat. Mereka semua terdiri dari 48 pria dan 35 wanita. Dengan usia berkisar antara 19 – 25 tahun. Dari 85 kuesioner yang berhasil terjawab dan telah memenuhi syarat, maka dapat dilanjutkan ke tahap uji validitas dan uji reliabilitas data. Setelah uji ini berhasil dibuktikan, maka tahap selanjutnya adalah uji regresi linier berganda. Hasil uji validitas, reliabilitas, regresi linier berganda akan ditampilkan menggunakan Tabel yang selanjutnya akan diberi penjelasan untuk hasilnya.

Tabel 1. Uji Validitas

No	Variabel	Item Pernyataan	Pernyataan	corrected item total correlation
1	Model peran wirausaha (X.1)	X1.1	Kesuksesan para pengusaha telah memberikan inspirasi bagi saya	0,757
		X1.2	Orang-orang sukses pasti memiliki keterampilan tertentu hingga membuatnya sukses	0,782
		X1.3	Para pengusaha sukses memiliki perilaku yang dapat diteladani	0,715
		X1.4	Kesuksesan orang-orang hebat dapat memberikan motivasi saya untuk menjadi sosok yang lebih baik	0,698
2	Dukungan sosial (X.2)	X2.1	Orang-orang yang peduli dengan masa depan saya telah menunjukkan dukungan bagi saya	0,756
		X2.2	Orang-orang di lingkungan saya telah memberikan perhatian kepada saya	0,774
		X2.3	Gagasan saya untuk menjadi lebih baik selalu mendapat dukungan dari keluarga saya	0,749
		X2.4	Keluarga saya selalu mendukung secara materi	0,686
		X2.5	Teman-teman saya selalu memberikan dukungan kepada saya	0,783
		X2.6	Teman-teman saya selalu menjadi penyemangat agar saya menjadi lebih baik	0,686
3	Minat berwirausaha (Y)	Y1.1	Saya memiliki motivasi untuk memiliki kehidupan ekonomi yang tercukupi di masa depan	0,799
		Y1.2	Saya ingin memiliki pengalaman yang baik yang saya peroleh dari hasil interaksi dengan lingkungan	0,805
		Y1.3	Saya merasa yakin mencapai masa depan yang lebih baik	0,739

No	Variabel	Item Pernyataan	Pernyataan	corrected item total correlation
		Y1.4	Saya selalu antusias untuk mencapai tujuan hidup saya	0,688
		Y1.5	Saya ingin menjadi pengusaha sukses	0,872
		Y1.6	Saya akan selalu belajar sebagai bekal menjadi pengusaha	0,743

Seperti yang dapat diamati dari Tabel 1 bahwa nilai corrected item total correlation menghasilkan nilai yang ternyata lebih besar dari 0.30. Nilai yang dihasilkan dapat menjadi bukti bahwa semua butir pernyataan yang disusun pada kuesioner memang valid sehingga dapat digunakan untuk menganalisis data selanjutnya. Selanjutnya untuk uji reliabilitas akan ditampilkan pada Tabel 2 di bawah ini.

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Variables	Cronbach's Alpha	Status
Model peran wirausaha (X.1)	0,736	Reliabel
Dukungan sosial (X.2)	0,745	Reliabel
Minat berwirausaha (Y)	0,792	Reliabel

Seperti yang dapat diamati dari Tabel 2 bahwa uji reliabilitas menggunakan ketentuan berdasarkan nilai Cronbach's Alpha. Dari Tabel 2 membuktikan bahwa memiliki nilai Cronbach's Alpha untuk masing-masing variabelnya yaitu 0,736 untuk nilai variabel model peran wirausaha, sebesar 0,745 untuk nilai yang dihasilkan variabel dukungan sosial dan nilai Cronbach's Alpha untuk minat berwirausaha adalah 0,792. Nilai yang dihasilkan membuktikan bahwa hasilnya memang lebih besar dari 0.60 sehingga ketentuan uji reliabilitas telah terpenuhi. Untuk tahap selanjutnya adalah membuktikan bahwa variabel bebas yang sedang diteliti (model peran wirausaha dan dukungan sosial) dapat mempengaruhi variabel terikatnya (minat berwirausaha mahasiswa) sehingga digunakan analisis regresi linier berganda seperti yang dapat diamati melalui Tabel 3 di bawah ini.

Tabel 3. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	24.000	3.797		6.320	.000		
X.1	5.394	.820	.473	6.575	.000	.539	1.857
X.2	5.193	.768	.486	6.761	.000	.539	1.857

Dari Tabel 3 diketahui bahwa nilai yang dihasilkan yaitu sebesarDari nilai tersebut, maka model regresinya ditulis dengan persamaan $Y = 24 + 5,394X.1 + 5,193X.2 + e$. Persamaan yang terbentuk membuktikan bahwa memang benar secara parsial variabel bebas model peran wirausaha dan dukungan sosial dapat memberikan pengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Untuk variabel dominannya yaitu variabel model peran wirausaha. Setelah uji parsial berhasil dibuktikan, maka selanjutnya adalah uji simultan yang akan ditampilkan melalui Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	12760.380	2	6380.190	138.638	.000 ^b
Residual	3773.668	82	46.020		
Total	16534.047	84			

Seperti yang dapat diamati dari Tabel 4 bahwa nilai yang dihasilkan untuk F-hitungnya adalah 138,638 dengan nilai signifikansi 0,000. Nilai yang dihasilkan terbukti masih lebih kecil dari 0.05 sehingga dapat dinyatakan bahwa model peran wirausaha dan dukungan sosial secara simultan dapat memberikan pengaruh terhadap minat berwirausaha. Selanjutnya adalah nilai koefisien determinasi.

Tabel 5. Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.879 ^a	.772	.766	6.784	1.729

Seperti yang dapat diamati dari Tabel 5 masing-masing nilainya untuk R adalah 0,879, R Square sebesar 0,772. Nilai ini mengandung makna bahwa model peran wirausaha dan dukungan sosial telah memberikan kontribusinya sebesar 77,2% untuk membentuk variabel minat berwirausaha mahasiswa dan masih ada nilai yang tersisa sebesar 22,8 %. Nilai yang tersisa menunjukkan bahwa minat berwirausaha masih dapat dipengaruhi oleh variabel bebas yang lainnya yang tidak dibahas di penelitian ini.

Penelitian ini memberikan dua hasil penelitian sebagaimana akan dijelaskan seperti berikut. Variabel model peran wirausaha secara parsial dan signifikan dapat memberikan pengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Hasil

penelitian pertama juga diperkuat dengan beberapa hasil penelitian yang mendukung seperti penelitian yang dilakukan oleh Van et al. (2006); Mungai dan Velamuri (2011); Urbano et al. (2011); Zapkau et al. (2015). Hasil ini mengindikasikan bahwa semakin mahasiswa terpapar oleh faktor-faktor yang terkait dengan model peran wirausaha, maka minatnya terhadap kegiatan berwirausaha juga semakin besar (Hite & Hesterly, 2001). Mahasiswa memerlukan panutan sebagai inspirasi mereka dan hal ini biasanya dapat muncul dari komunikasi di kelompok referensi (Chen et al., 2015; Ali et al., 2022). Dengan adanya model peran wirausaha, maka tidak hanya memberikan keuntungan bagi mahasiswa tetapi juga bagi Perguruan Tinggi karena Perguruan Tinggi telah berhasil memberikan berbagai bentuk dukungan yang selalu diupayakan secara maksimal. Upaya ini tidak lain karena adanya berbagai kegiatan yang melibatkan model peran wirausaha untuk memberikan saran berdasarkan pengalamannya, dapat menjadi pembimbing bagi mahasiswa, melakukan observasi dan diskusi yang pada akhirnya dapat memperkuat minat mahasiswa untuk berwirausaha (Issalillah & Kurniawan, 2021). Oleh karena itu penting bagi Perguruan Tinggi untuk tidak hanya mengandalkan pendidikan kewirausahaan yang telah terprogram dengan baik tetapi juga harus melibatkan model peran yang berkualitas, model peran wirausaha yang sukses dan model peran wirausaha yang tidak sukses. Hal ini digunakan agar memberikan gambaran yang lebih realistis bahwa dalam dunia berwirausaha ada kegagalan dan kesuksesan dan hal ini sudah biasa terjadi. Dari sinilah mahasiswa nantinya dapat belajar dan memperoleh pengetahuan untuk mengambil tindakan yang tepat sehingga dapat digunakan untuk mendukung mahasiswa untuk lebih sukses serta terhindar dari kegagalan yang sama sekali tidak pernah diharapkan. Selain itu memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk mengikuti kursus kewirausahaan sehingga mereka akan memperoleh manfaat yang berarti karena telah belajar dan berinteraksi secara langsung dengan model peran wirausaha (Darmawan & Hariani, 2020). Dari hal tersebut, maka mahasiswa ke depannya dapat lebih mandiri karena dapat mewujudkan dan mengelola usahanya sendiri serta selalu siap untuk menghadapi dunia berwirausaha yang kompetitif dan menantang.

Variabel dukungan sosial secara parsial juga mempengaruhi minat berwirausaha mahasiswa secara signifikan. Hasil penelitian kedua juga diperkuat dengan beberapa hasil penelitian yang mendukung seperti penelitian yang dilakukan oleh Lee dan Wong (2004); Pruett et al. (2009); Ching et al. (2018); Acuña-Duran et al. (2021). Hasil ini mengindikasikan bahwa semakin besar dukungan sosial yang diterima mahasiswa, maka minat berwirausaha mahasiswa juga ikut meningkat. Antusiasme mahasiswa untuk berwirausaha harus dikembangkan melalui dukungan lingkungan sekitar (Infante, 2022; Nurmalasari, 2022). Dengan adanya dukungan sosial, maka dapat memicu semangat untuk melakukan kegiatan berwirausaha dan ketika mahasiswa menghadapi permasalahan mereka tidak mudah menyerah karena mahasiswa yakin kondisi tersebut dapat dilalui karena adanya dukungan dari orang-orang terdekatnya (Issalillah & Khayru, 2021; Irfan & Hariani, 2021; Halizah, 2022). Kegiatan berwirausaha adalah hal yang memerlukan dukungan karena ini tidaklah mudah (Mardikaningsih et al., 2022). Oleh karena itu dukungan yang pertama kali dibutuhkan mahasiswa yaitu berasal dari lingkungan terdekat mereka seperti keluarga (Djazilan, 2022; Ernawati et al., 2022). Lingkungan inilah yang menjadi dasar terbentuknya kepribadian, karakter, daya kreativitas, rasa tanggung jawab yang melekat pada mahasiswa (Khayru et al., 2021). Selain itu penting bagi Perguruan Tinggi untuk mengidentifikasi apakah bentuk dukungan dalam hal pendidikan kewirausahaan telah diaplikasikan secara efektif karena dalam pendidikan kewirausahaan yang efektif harus dapat mewujudkan pola pikir mahasiswa yang mengedepankan jiwa berwirausaha serta menjadikan mahasiswa untuk lebih memiliki rasa percaya diri.

4. KESIMPULAN

Dari studi yang telah dilakukan, maka diperoleh tiga hasil penelitiannya yaitu: (1) ada pengaruh parsial yang signifikan dari model peran wirausaha terhadap minat berwirausaha di kalangan mahasiswa; (2) ada pengaruh parsial yang signifikan dari dukungan sosial terhadap minat berwirausaha di kalangan mahasiswa; (3) ada pengaruh simultan yang signifikan dari model peran wirausaha dan dukungan sosial terhadap minat berwirausaha di kalangan mahasiswa. Untuk itu beberapa saran yang dapat disampaikan adalah bagi mahasiswa hendaknya tidak hanya berminat berwirausaha tetapi harus segera mewujudkan minatnya dengan penuh semangat, berdaya saing dan lebih kreatif sehingga lebih berani untuk memulai atau mendirikan usaha baru. Selain itu agar keterampilan berwirausaha mahasiswa jauh lebih berkembang, maka mahasiswa harus bersedia untuk meningkatkan pengetahuan dan pengalamannya secara konsisten dengan cara lebih aktif mengikuti berbagai seminar dan bergabung dengan komunitas yang berkaitan dengan kegiatan berwirausaha. Selanjutnya bagi Perguruan Tinggi juga harus dapat meningkatkan kepercayaan diri mahasiswanya dalam hal berwirausaha dengan cara memberikan pelatihan asertif. Dari pelatihan asertif, maka dapat memberikan bantuan kepada mahasiswa yang masih sulit memunculkan rasa percaya dirinya agar lebih berani menerima tanggung jawab baru serta tetap berusaha untuk mencapai apa yang telah direncanakan sebelumnya. Pelatihan asertif ini juga membutuhkan sistem pendampingan yang dilakukan oleh tenaga pengajar yang ahli di bidangnya. Untuk penelitian yang dilakukan di waktu mendatang disarankan untuk dapat menambah beberapa variabel lainnya yang masih relevan dengan penelitian yang dilakukan dan dapat memperbanyak jumlah sampel penelitiannya sehingga karakteristik demografinya dapat dianalisis lebih lanjut.

REFERENCES

- Aaltio, I. (2008). Management Education as an Identity Construction: The Case of Estonia and its Transition Economy Background. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 5(1), 83-99.

- Acuña-Duran E, D. Pradenas-Wilson, J.C. Oyanedel, & R. Jalon-Gardella. (2021). Entrepreneurial Intention and Perceived Social Support From Academics-Scientists at Chilean Universities. *Frontiers in Psychology*, 12, 1-14.
- Ahmad, N., Z. Yue, R. Saeed, D. Darmawan, M. Jaykumar & A. A. Mohamed. (2014). Effective Implementation of Strategic Plans and Actions in Modern Corporate Management. *The Business & Management Review*, 4(2), 295-312.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behaviour. *Organisation Behavior Human Decision Process*, 50(2), 179–211.
- Akerlof, G. A., R.E. Kranton. (2000). Economics And Identity. *Quarterly Journal of Economics*, 115(3), 715–753.
- Akmal, D. Kumiawan, D. Darmawan & A. Wardani. (2015). *Manajemen Pendidikan*. IntiPresindo Pustaka, Bandung.
- Ali, R., F. R. M. Wahyu, D. Darmawan, E. Retnowati, & U. P. Lestari. (2022). Effect of Electronic Word of Mouth, Perceived Service Quality and Perceived Usefulness on Alibaba's Customer Commitment, *Journal of Business and Economics Research*, 3(2), 232-237.
- Alsos, G. A., T.H. Clausen, U. Hytti, & S. Solvoll. (2016). Entrepreneurs' Social Identity and the Preference of Causal and Effectual Behaviours in Start-Up Processes. *Entrepreneurship and Regional Development*, 28(3-4), 234-258.
- Armitage, C. J. & M. Conner. (2001). Efficacy of the Theory of Planned Behaviour: a meta-analytic review. *Br. J. Soc. Psychol*, 40, 471.
- Backman, E. V, & S.R. Smith. (2000). Healthy Organizations, Unhealthy Communities? *Nonprofit Management and Leadership*, 10(4), 355–373.
- Baron, J. (2000). *Thinking and Deciding*. Cambridge University Press.
- Battistelli, A, & C. Odoardi. (2016). La Psicologia Dell'Imprenditorialità. In: Argentero P, Cortese CG, editors. *Psicologia del lavoro*. Milano: Raffaello Cortina Editore, 373-398.
- Bird, B. J. (1988). Implementing Entrepreneurial Ideas: the case for intention. *Academy Management Review*, 13(3), 442-453.
- Block, J. H, L. Hoogerheide, & R. Thurik. (2013) Education and Entrepreneurial Choice: an instrumental variables analysis. *International Small Business Journal*, 31(1), 23–33.
- Bosma, N., J. Hessels, V. Schutjens, M. Van Praag, & I. Verheul. (2012). Entrepreneurship and Role Models. *Journal of Economic Psychology*, 33, 410-424.
- Carr, J. C., & J.M. Sequeira. (2007). Prior Family Business Exposure as Intergenerational Influence and entrepreneurial intent: A theory of planned behavior approach. *Journal of Business Research*, 60(10), 1090–1098.
- Chen, R., F. D. Delli, O. R. Isma, D. Darmawan & F. Delinger. (2015). Consequences of Word of Mouth from the Perspective of WOM Senders, *Journal of Marketing Management*, 31(9), 1018-1039.
- Ching, Ip, S. Wu, H. Liu, & C. Liang. (2018). Social Entrepreneurial Intentions of Students from Hongkong. *The Journal of Entrepreneurship*, 27(1), 47-64.
- Chlosta, S., H. Patzelt, S.B. Klein, & C. Dormann. (2012). Parental Role Models and the Decision to Become Self-Employed: The Moderating Effect of Personality. *Small Business Economics*, 38, 121-138.
- Costa, S. F., A. Caetano, & S.C. Santos. (2016). Entrepreneurship as a Career Option: do temporary workers have the competencies, intention and willingness to become entrepreneurs? *The Journal of Entrepreneurship*, 25(2), 129–154.
- Curran, J., & J. Stanworth. (1989). Education and Training for Enterprise: problems of classification, evaluation, policy and research. *International Small Business Journal*, 7(2), 11–22
- Darmawan, D. (2016). Pengaruh Keterlibatan Kerja dan Sikap Profesionalisme terhadap Intensi Berwirausaha, *Management & Accounting Research Journal*, 1(1), 22-29.
- Darmawan, D. (2019). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Efikasi Diri terhadap Intensi Berwirausaha, *Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah*, 1(1), 16-21.
- Darmawan, D. (2019). Profesionalisme, Motivasi Berprestasi, Komitmen Organisasi dan Pengaruhnya terhadap Intensi Berwirausaha, *Ekuitas, Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 3(3), 344-364.
- Darmawan, D., R. Mardikaningsih, E. A. Sinambela, S. Arifin, A.R. Putra, M. Hariani, M. Irfan, Y.R. Al Hakim, & F. Issalillah. (2020). The Quality of Human Resources, Job Performance and Employee Loyalty, *International Journal of Psychosocial Rehabilitation*, 24(3), 2580-2592.
- Darmawan, D & M. Hariani. (2020). Pengantar Kewirausahaan. *Metromedia*, Surabaya.
- Darmawan, D., S. N. Halizah, E. A. Sinambela, & R. Mardikaningsih. (2022). Persepsi Pedagang Kaki Lima Terhadap Kredit Usaha Rakyat, *Jurnal Ekombis*, 8(2), 175-181.
- Davidsson, P, & J. Wiklund. (1997). Values, Beliefs and Regional Variations in New Firm Formation Rates. *Journal Economic Psychology*, 18(2–3), 179–199.
- Djazilan, M. S. & D. Darmawan. (2022). Entrepreneurship Education and Family Support: The Determinants that Appear Entrepreneurship Interest for Students, *International Journal of Service Science, Management, Engineering, and Technology*, 1(2), 26 – 30
- Donnellon, A., S. Ollila, & K.W. Middleton. (2014). Constructing Entrepreneurial Identity in Entrepreneurship Education. *The International Journal of Management Education*, 12, 490-499.
- Edelman, L. F., T. Manolova., G. Shirokova, & T. Tsukanova. (2016). The Impact of Family Support on Young Entrepreneurs' Start-Up Activities. *Journal of Business Venturing*, 31(4), 428–448
- Ernawati, E., R. Mardikaningsih, D. Darmawan, E.A. Sinambela. (2022). Pengembangan Keunggulan Kompetitif UMKM Melalui Strategi Orientasi Pasar dan Inovasi Produk. *Jurnal Industri Kreatif dan Kewirausahaan*, 5 (2).
- Ernawati, E. A. Sinambela, Cici, R. J. Silviana, R. N. Azizah & S. Naudalia. (2022). The Effect of Social Support and Extraversion Personality on Entrepreneurial Interest in Students, *Journal of Social Science Studies*, 2(2), 39 – 44.
- Fini, R., R. Grimaldi, G.L. Marzocchi, & M. Sobrero. (2012). The Determinants of Corporate Entrepreneurial Intention within Small and Newly Established Firms. *Entrepreneurship Theory Practice*, 36, 387–414.
- Ganster D.C, M.R. Fusilier, & B.T. Mayes. (1986). Role of Social Support in the Experience of Stress at Work. *J Appl Psychol*, 71(1), 102-10.
- Gibson, D. E. (2003). Developing the Professional Self-Concept: Role Model Construals in Early, Middle, and Late Career Stages. *Organization Science*, 14(5), 591-610.
- Hackett, G, & N.E. Betz. (1981). A Self-Efficacy Approach to the Career Development of Women. *Journal Vocational Behavior*. 18(3), 326–339
- Halizah, S. N. & D. Darmawan. (2022). Development Entrepreneurship Intention as an Effort to Improve the Level of the Consumer Household Economy, *Bulletin of Science, Technology and Society*, 1(1), 30-34.
- Hite, J. M., & Hesterly, W. S. (2001). The Evolution of Firm Networks: from emergence to early growth of the firm. *Strat. Management Journal*, 22, 275–286.
- Hutomo, S., D. Akmal, D. Darmawan & Yuliana. (2012). *Dasar-Dasar Evaluasi Pendidikan*, Addar Press, Jakarta.
- Ibarra, H. (1999). Provisional Selves: Experimenting with Image and Identity in Professional Adaptation. *Administrative Science Quarterly*, 44(4), 764-791.

- Infante, A. & R. Mardikaningsih. (2022). The Potential of social media as a Means of Online Business Promotion, *Journal of Social Science Studies*, 2(2), 45-49.
- Irfan, M. & M. Hariani. (2021). Minat Peserta Didik Melanjutkan Pendidikan ke Perguruan Tinggi ditinjau dari Status Ekonomi Orang Tua dan Motivasi Diri, *Jurnal Pendidikan, Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 47 – 56.
- Issalillah, F., R. K. Khayru., D. Darmawan & M. W. Amri. (2021). Hubungan Modal Sosial, Modal Psikologi, Modal Diri Karyawan dan Stres Kerja. *Jurnal Baruna Horizon*, 4(2), 84-88.
- Issalillah, F. & Y. Kurniawan. (2021). Modal Psikologis dan Intensi Berwirausaha: Potensi Kewirausahaan Ditinjau Dari Kekuatan Mental, *Jurnal Manajemen, Bisnis, dan Kewirausahaan*, 1(1), 27-38.
- Issalillah, F. & R. K. Khayru. (2021). Stress and Reference Group Contribution to Achievement Motivation of Student, *Studi Ilmu Sosial Indonesia*, 1(1), 13-28
- Jenssen, J. I. & A. Greve (2002). "Does the degree of redundancy in social networks influence the success of business start-ups? *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 8(5), 254-267.
- Kennedy, J, J. Drennan, P. Renfrow, & B. Watson. (2003). The Influence of Role Models on Students' Entrepreneurial Intentions. *Queensland Review*, 10 (1), 37-52.
- Khayru, R.K., Nichen, A Chairunnas, Safaruddin, & M. Tahir. (2021). Study on The Relationship Between Social Support and Entrepreneurship Intention Experienced by Adolescents, *Journal of Social Science Studies*, 1(2), 47-51.
- Kumiawan, Y., E. Retnowati, D. Darmawan, N. S. Wisnujati & A. Hardianingsih. (2021). The Influence of Economic Income Level and Knowledge on Students' Consumption Level, *Journal of Science, Technology and Society*, 2(1), 25-34.
- Kumiawan, Y., A. S. Lee, R. K. Khayru, & M. Hariani. (2022). Social Media, Impact on Student Learning Behavior, *Bulletin of Science, Technology and Society*, 1(1), 15-21.
- Laviolette, Em, Mr. Lefebvre, & O. Brunel. (2012). The Impact of Story Bound Entrepreneurial Role Models on Self-Efficacy and Entrepreneurial Intention. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 18(6), 720-742
- Lee, S. H., & P.K. Wong. (2004). An Exploratory Study of Technopreneurial Intentions: A career anchor perspective. *Journal of Business Venturing*, 19(1), 7–28.
- Lembong, D., S. Hutomo & D. Darmawan. (2015). *Komunikasi Pendidikan*, IntiPresindo Pustaka, Bandung.
- Mahyanalia, R., K. S. Siagian, D. Darmawan, A. Gunawan & S. Arum. (2017). Job Insecurity and an Integrative Review for Future Research, *Journal of Management*, 43(6), 1911–1939.
- Mardikaningsih, R., E. A. Sinambela, D. Darmawan & D. Nurnmalasari. (2020). Perilaku Konsumtif dan Minat Hubungan Mahasiswa Menggunakan Jasa Pinjaman Online. *Jurnal Simki Pedagogia*, 3(6), 98-110.
- Mardikaningsih, R., & A. R. Putra. (2021). Minat Berwirausaha Mahasiswa Ditinjau dari Konsep Diri. *Jurnal Pendidikan, Sosial, Budaya (IDEAS)*, 7(3), 173-178.
- Mardikaningsih, R., E. A. Sinambela, D. Darmawan & S.N. Halizah. (2021). Hubungan Perilaku Produktif dan Minat Mahasiswa Berwirausaha. *Jurnal Manajemen, Bisnis, dan Kewirausahaan*, 1(1), 121-130.
- Mardikaningsih, R & S. Arifin. (2021). Study on Education Level and Consequences of Licensing and Interest in Making Small Business Licensing, *Journal of Social Science Studies*, 1(1), 19-24.
- Mardikaningsih, R., E. I. Azizah, N. N. Putri, M. N. Alfian, M. M. D. H. Rudiansyah. (2022). Business Survival: Competence of Micro, Small and Medium Enterprises, *Journal of Social Science Studies*, 2(1), 1 – 4.
- Mardikaningsih, R., E. A. Sinambela, E. Retnowati, D. Darmawan & A.R. Putra. (2022). Strategi Pengembangan Usahatani Buah Naga di Kecamatan Lawang Kabupaten Malang. *Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Kewirausahaan*, 2(1), 21–32.
- Mendrika, V., D. Darmawan, T.S. Anjanarko, Jahroni, M. Shaleh, & B. Handayani. (2021). The Effectiveness of the Work from Home (WFH) Program during the Covid-19 Pandemic, *Journal of Social Science Studies*, 1(2), 44-46.
- Meoli, A., R. Fini., M. Sobrero, & J. Wiklund. (2020). How Entrepreneurial Intentions Influence Entrepreneurial Career Choices: The moderating influence of social context. *Journal of Business Venturing*, 35(3), 105982.
- Moorthy, R., & S. Annamalah. (2014). Consumers' Perceptions Towards Motivational Intentions of Social Entrepreneurs in Malaysia. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 3(1), 257.
- Mueller, P. (2006). Entrepreneurship in the Region: breeding ground for nascent entrepreneurs? *Small Business Economic*, 27(1), 41–58
- Mungai, E., & S.R. Velamuri. (2011). Parental Entrepreneurial Role Model Influence on Male Offspring: Is it always positive and when does it occur? *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35(2), 337–357.
- Munir, M., E. A. Sinambela, S. N. Halizah, R. K. Khayru, V. Mendrika. (2022). Review of Vocational Education Curriculum in the Fourth Industrial Revolution and Contribution to Rural Development, *Journal of Social Science Studies*, 2(1), 5 – 8.
- Nurnmalasari, D. & R. Mardikaningsih. (2022). Utilization of Waste Paper Through Recycling and Entrepreneurial Spirit Development, *International Journal of Service Science, Management, Engineering, and Technology*, 1(2), 35 – 37.
- Odoardi, C. (2008). La Scelta Imprenditoriale Nella Ricerca in Psicologia [Entrepreneurial choice in psychology research]. *Giornale Italiano di Psicologia dell'Orientamento*, 9(1), 3-4.
- Padma, A., N. Aisyah, D. Darmawan, I.A. Azmi & A. R. Putra. (2018). Contingency Approach to Strategies for Service Firms, *Business Research*, 7(2), 178-189.
- Praag, V. M. C. (2003). Business Survival and Success of Young Small Business Owners. *Tinbergen Institute Discussion Paper*, 3, 03-050.
- Pruett, M, R. Shinnar, B. Toney, F. Llopis, & J. Fox. (2009). Explaining Entrepreneurial Intentions of University Students: a cross-cultural study. *Int J Entrep Behav Res*, 15(6), 571-594.
- Putra, A. R., Ernawati, Jahroni, T.S. Anjanarko, & E. Retnowati. (2022). Creative Economy Development Efforts in Culinary Business, *Journal of Social Science Studies*, 2(1), 21 – 26.
- Putra. A. R. & D. Darmawan. (2022). Competitive Advantage of MSMEs in Terms of Technology Orientation and Entrepreneurship Competence, *International Journal of Service Science, Management, Engineering, and Technology*, 2(1), 15–20.
- Quimby, J. L., & A.M. DeSantis. (2006). The Influence of Role Models on Women's Career Choices. *The Career Development Quarterly*, 54, 297-306.
- Rakib, M. (2015). Effect of Industrial Work Practice and Family Environment on Interest in Entrepreneurship to Students of Vocational High School. *Journal of Education and Vocational Research*, 6(4), 31–37.
- Sahban, M. A., M.D. Kumar & S. Sri Ramalu. (2015). Instrument Development: Entrepreneurial Social Support Assessment Instrument (IESSA). *Research Journal of Economics & Business Studies*, 4(3), 21–36.

- Sarafino, E.P., & T.W. Smith. (2014). *Health Psychology: Biopsychosocial interactions*. John Wiley & Sons.
- Sarason, I.G, H.M. Levine, R.B. Basham, & B.R. Sarason. (2000), *Assessing Social Support: the Social Support Questionnaire*. *Journal of Personality and Social Psychology*, 44(1): 127- 139.
- Scherer, R., J.S. Adams, & F.A. Wiebe. (1989a). *Developing Entrepreneurial Behaviors: a social learning theory perspective*. *Journal of Organizational Change Management*, 2(3), 16–28.
- Scherer, R. F., J.S. Adams, S.S. Carley, & F.A. Wiebe. (1989b). *Role Model Performance Effects on Development of Entrepreneurial Career Preference*. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 13(3), 53-71.
- Shepherd, D.A & N.F. Krueger. (2002). *An Intentions-based Model of Entrepreneurial Teams' Social Cognition*. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 27(2), 167–185.
- Sinambela, E. A. D. Nurmalasari, D. Darmawan, & R. Mardikaningsih. (2021). *The Role of Business Capital, Level of Education, and Technology in Increasing Business Income*, *Studi Ilmu Sosial Indonesia*, 1(1), 77-92.
- Sinambela, E. A. & D. Darmawan. (2021). *Pengaruh Total Quality Management dan Manajemen Pengetahuan terhadap Kinerja Organisasi. Cemerlang: Jurnal Manajemen dan Ekonomi Bisnis*, 1 (4), 01–12.
- Sinambela, E. A. & D. Darmawan. (2022). *Advantages and Disadvantages of Using Electronic Money as a Substitute for Cash*, *Journal of Social Science Studies*, 2(2), 56-61.
- Sorenson, O. & P.G. Audia. (2000). *The Social Structure of Entrepreneurial Activity: Geographic Concentration of Footwear Production in the United States*. *American Journal of Sociology*, 106(2), 424-462.
- Steele, M. M, S. Fisman, & B. Davidson. (2013) *Mentoring and Role Models in Recruitment and Retention: a study of junior medical faculty perceptions*. *Medical Teacher*, 35(5), 1130-1138.
- Thompson, E. R. (2009). *Entrepreneurial Intent: construct clarification and development of an internationally reliable metric*. *Entrepreneurship Theory Practice*, 33(3), 669-694.
- Urbano, D., N. Toledano, & D. Ribeiro-Soriano. (2011). *Socio-Cultural Factors and Transnational Entrepreneurship: A multiple case study in Spain*. *International Small Business Journal*, 29(2), 119–134
- Van Auken, H., P. Stephens, F.L. Fry, & J. Silva. (2006). *Role Model Influences on Entrepreneurial Intentions: A comparison between USA and Mexico*. *The International Entrepreneurship and Management Journal*, 2(3), 325–336.
- Wahab, E., A. Aziz, D. Darmawan, M. Hashim & Y. Fan. (2017). *Marketing New Products to Mainstream Customers*, *Journal of Economics and Business*, 8(2), 239-246.
- Wood, R, & A. Bandura. (1989). *Social Cognitive Theory of Organizational Management*. *Academy of Management Review*, 14, 361–384.
- Wortman, C. B. & C. Dunkel-Schetter. (1987). *Conceptual and Methodological Issues in the Study of Social Support*.
- Zapkau, F. B., C. Schwens, H. Steinmetz, & R. Kabst. (2015). *Disentangling The Effect of Prior Entrepreneurial Exposure on Entrepreneurial Intention*. *Journal of Business Research*, 68(3), 639–653.